

徳島大学大学院
総合科学教育部 地域科学専攻提出
平成 29 年度修士学位請求論文

サーフィンツーリズムを活かした地域活性化策の課題 ～東洋町生見海岸の地域デザインを事例に～

徳島大学大学院 総合科学教育部 地域科学専攻
修士課程 1016410075 武知実波
(指導教官 佐藤 充宏)

目次

I. 序論	3
1. 背景	
2. 問題の所在	
3. 研究課題	
II. 研究目的	8
III. 研究方法	9
1. 研究計画	
2. 先行研究と定義	
1) サーフィンツーリズムの定義	
2) 地域活性化の定義	
3) ライフスタイル移住の定義	
IV. 研究 1	12
1. 目的	
2. 方法	
1) 対象・実施期間・回収数	
2) 調査項目	
3) 統計解析	
3. 結果及び考察	
1) 居住地別に見る調査対象者の特性	
2) 頻度別に見る近畿在住サーファーの評価傾向	
3) 頻度別に見る近畿在住サーファーの評価比較	
4) ビジターからリピーターへ変遷することによる生見の資源への評価の変化と課題	
V. 研究 2	38
1. 目的	
2. 方法	
1) サーフィンを起因としたライフスタイル移住	
2) プッシュ要因及びプル要因の定義	
3) 県外及び地元サーファーと地元住民との関係性	
4) 調査設計	
5) 分析枠組みの設定	
6) 調査対象者の検討	
7) 実施日・実施時間・調査方法	
8) 分析方法	

- 3. 結果及び考察
 - 1) A 氏のケース
 - 2) B 氏のケース
 - 3) 移住者の移住プロセスに関する分析

VI. 総合考察	57
1. 調査結果から明らかになったサーファー行動の傾向と改善課題	
2. リピーターから移住者に移る変遷要因と課題	
VII. 結論	61
VIII. 提言	63
IX. 今後の研究課題	65
XI. 引用参考文献	66

資料

I. 序論

1. 背景

日本再興戦略 2016¹⁾によると、スポーツは集客力を持っており、その集客力をマーケティングの観点から検討し今後成長産業へと転換させていくことが求められている。それと同時に、スポーツは地域における交流人口を増やし、地域活性化のためのひとつの有力な方法やアイデアでもあると指摘されている。観光立国を目指す日本において、スポーツツーリズムは地域活性化のための方策のひとつとして重要な位置にある。観光庁は平成 23 年に「スポーツツーリズム推進基本方針」²⁾を掲げ、全国各地でスポーツと観光産業を組み込んだ取り組みが実施されてきている（図 1 参照）。

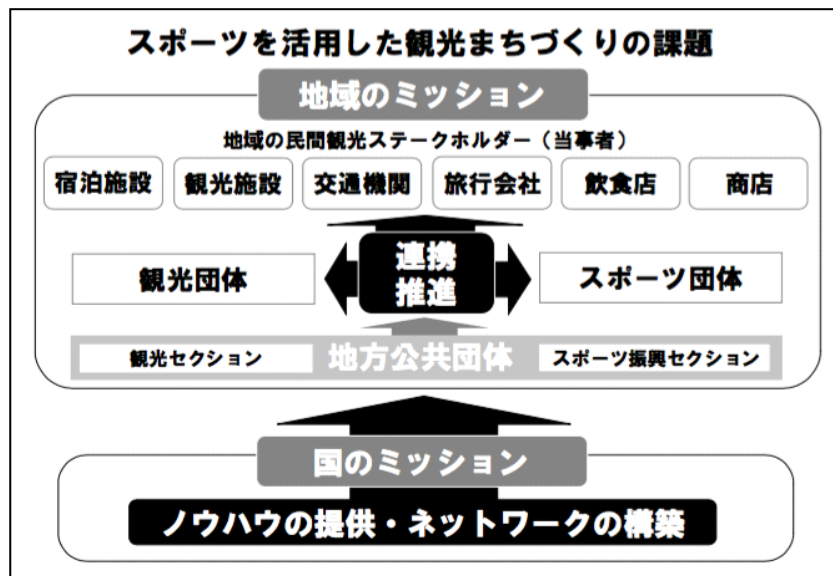
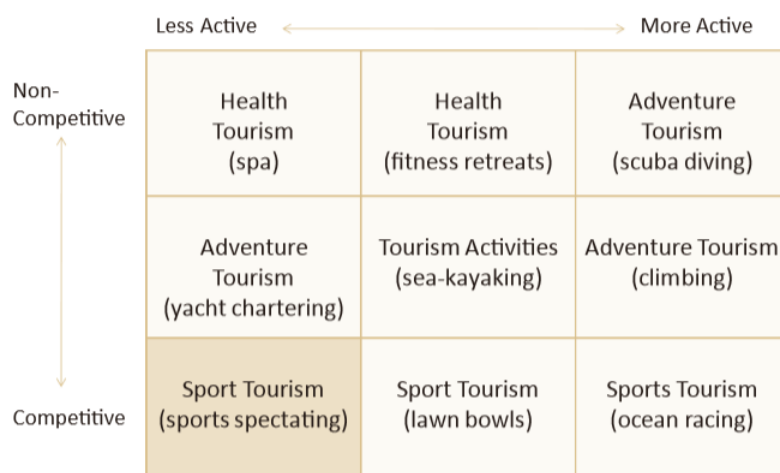


図 1 スポーツツーリズム推進連絡会議「スポーツツーリズム推進基本方針（概要）～スポーツで旅を楽しむ国・ニッポン～」(2011)

スポーツツーリズム推進連絡会議によると、スポーツツーリズムを、「みる」「する」「支える」といったスポーツ資源とツーリズムとを融合したものとして捉えている。その目指すべき姿は、「みる」「する」「支える」といったスポーツ行動に地域の観光行動を結びつけることで多様な機会に住民との交流が深まること、あるいはビジネスなどの多目的での旅行者に対し、旅行先でもスポーツに親しむことのできる生涯スポーツ設備の整備がすすむこと、そして、MICE 推進の要となる国際競技大会の招致・開催、合宿の招致による地域の経済効果が期待されることも包含した、複合的でこれまでにない「豊かな旅行スタイルの創造」であると定義し、期待を寄せている³⁾。

しかし、一方で地域の実態としては、「日本人の観光行動は温泉旅行に代表されるような短期間の散在型周遊観光が特徴的であり、スポーツツーリズムが観光産業において存在が薄い…（中略）…それに加え、スポーツツーリズムの普及が停滞している理由として、観光目的地側の『地域色の濃いスポーツコンテンツの不足』が挙げられる」（原田・木村, 2009）⁴⁾と問題も指摘されている。そのため、スポーツツーリズム推進のためには現場である地域の理解と協力が不可欠であるとされている。

このようなスポーツツーリズムに着目した研究は、1990 年以降、欧米を中心盛んに行われてきた。例えば、Hall (1992)⁵⁾は、スポーツツーリズムをヘルスツーリズムまでに広げて、競技的なスポーツを「する」あるいは「みる」ツーリズム、自らが自然中で身体を使って冒険するようなアクティビティを「する」ツーリズム、温泉やフィットネスやリゾートスポーツのように健康のための「する」ツーリズムの 3 つに分けてその特性を示し、観光資源としての多様な可能性を示している（図 2 参照）。



出典：A conceptual Framework of the motivation and activities of participants in adventure, health and sports tourism (Hall,1992)

図2 Hallの冒険、健康、スポーツツーリズムのフレームワーク

このようなスポーツ活動を主目的として宿泊滞在を伴う旅行行動と結びつく魅力のあるハードとソフトを備えている場所をスポーツデスティネーション (sports destination) という (国谷ら, 2004) ⁶⁾。欧米においては、数多くの自治体がスポーツツーリズムの社会経済的な影響に注目し、地域振興戦略として位置づけて政策を展開している (原田・木村, 2009) ⁷⁾。例えば、アメリカでは行政と民間がともにスポーツを通じた地域イノベーションに取り組むケースがあり、スポーツコミッションの設置がその一例である。これらは観光とむすびつくコンベンションビューロー内に設置されることが多く、デスティネーションマーケティングとして重要な政策に組み込まれている (原田, 2002) ⁸⁾。

原田・木村(2009)⁹⁾によると、スポーツツーリズムを地域社会という視点から見ると、地域外から訪れる人びととの交流を通じて、地域住民らが地域とスポーツの魅力を見直し、内発的発展への貢献が期待できるとしている。

日本において 2019 ラグビーワールドカップ、2020 東京オリンピック、2021 関西ワールドマスタースゲームズといったメガスポーツイベントの開催を控え、俄かにスポーツツーリズムに対する注目が高まってきている。一過性のイベントに終わるのではなく、これを契機に、地域に適したスポーツ (地域の自然環境、気候、立地、インフラ等の特性を最大限に活用できるスポーツ) を資源として、その資源性が損なわれないよう保全しながら快適な環境を整備し、スポーツ関連のプログラムやイベント、大会等を開発、展開することによって、新たなスポーツ環境サービスを創出し、顧客獲得・地域の活性化につながるようなデスティネーションマーケティング戦略を構築することが地域創生における重要な課題となっている。

2. 問題の所在

日本における中山間地域の人口減少の問題は避けられない現実である。人口が減少する中で、地域の活力を失わず、健康な住民の生活を維持するためには、「交流人口」の増大を政策目標として取り上げる地域が多くなっている。定住人口が減っても、その地域を訪れる人が増えてくれれば地域の活力は維持されやすい。これは、その地域を観光の目的地（デスティネーション）化することで、その地域のファンやリピーターを増やすことである。

このデスティネーション化を目指すサーフィンのツーリズム推進には、「地域住民のサーファー理解」、「サーファー評価による施設の整備」、「インバウンドを意識した大会の開催・誘致」などのサーファーと住民を巻き込んだ課題の解決が重要である。サーフィンは地方における手つかずの自然を有効活用できる地域文化資源として捉え、目的地における人や自然とのふれあいを重視したニューツーリズムとして「交流人口の増大」に向けた有効な政策のひとつとして注目されている。

サーフィンの競技人口は世界においては約 270 万人¹⁰⁾、日本ではサーフィン、ウィンドサーフィンの競技人口が約 60 万人と言われている¹¹⁾。更に 2020 年の東京五輪では初めて競技種目としてサーフィンが加えられることが決定した。そのため、サーフィンができる海岸をもつ地域においては、サーフィンを核にしたデスティネーション化を目指して地域創生に取り組み始めている。

例えば、千葉県一宮町の「一宮サーフストリート構想」が事例として挙げられる¹²⁾。その具体的な取り組みとしては「一宮サーフィンセンターの設置」、「子供向けサーフィン教室」、「サーフストリートから駅周辺地域への誘導」、「まちづくり会社の設置」、「モニタリングハウスの設置」など、サーファーが地元住民と交流し、サーフィンを楽しむ拠点となるような支援事業を展開している。一宮町の地域創生モデルとしてサーフィンのビジターからリピーターの育成による交流人口の増加、そして一宮ではサーフィンをライフスタイル化するために移住・定住するサーファー人口の増加も目的として掲げている。一宮町は、国内屈指のサーフポイントを有することから若いサーファーの移住が多いとされており、毎年人口比の 4.5%の転入者が存在している。全国の多くの自治体が人口減少を課題としている現状においては非常に珍しいケースとされる。「一宮サーフストリート構想」では、このサーファーの転入に着目し、働きを成しており、サーファーの移住や来場頻度を増加させるための施策を実行している（図 3 参照）。

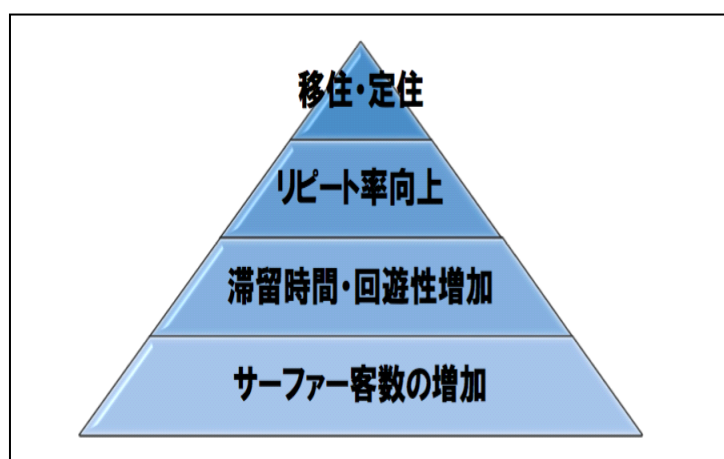


図 3 サーファーの生活特性に応じた地域活性化策の課題モデル¹³⁾

本研究では、前例とした千葉県一宮町のように首都圏からアクセスの良い地域とは違い、高知県と徳島県の県境に位置し、関西圏からのアクセスは車で4時間以上もかかる高知県安芸郡東洋町を対象地域に選定した。東洋町の人口は平成29年1月末時点で2,620人であり¹⁴⁾、国立社会保障・人口問題研究所によると、今後も東洋町の人口減少は続き、2040年に1,346人に、2060年には744人になると推計されている過疎地域である。2015年の高齢化率は44.9%であり¹⁵⁾、2010年の産業構成は、第1次産業が29.2%、第二次産業が19.9%、第三次産業が51.0%となっており、第一次産業の割合が他の地域に比較して高い特徴がある¹⁶⁾¹⁷⁾。また完全失業率は12.7%と高知県内では最も高い割合を示している¹⁸⁾。

このように東洋町は、少子高齢化、人口流出、後継者不足など地方中山間地域に共通した問題を抱えている。地域経済全体が縮む中、年間8万人のサーファーが生見海岸に来場している実態は、東洋町の産業にとって欠かすことのできない観光資源として注目されている¹⁹⁾。

ところが、高知県東洋町は前述の千葉県一宮町のようなデスティネーション化に向けたサーフィンツーリズムに対する十分な政策を展開しているわけではない。その背景には、生見来場サーファーの大半が県外者であり地元住民にとってサーフィンとは‘よそ者文化’の意識が根深く存在しているからである。例えば、サーファーの公設駐車場の車中泊の問題やごみ持込問題など「サーファーのための海岸利用資源整備の不十分さ」、そして「地域住民のサーファーに対するよそ者意識と低い評価意識」という問題が存在している。この原因には、生見でのサーファーの行動が、一部の宿泊関係者を除き地域生活者との接点が少ないため、地元住民には経済的恩恵を得ることが少なく、よそ者が地元に入ってくる弊害ばかりが問題化していると考えられる。東洋町では、よそ者文化として位置づいてきたサーフィンに対して、新たな交流人口を増加させる観光産業資源の一つとして再認識し、早急な活性化推進策を構築する課題に直面している。東洋町の立ち位置としては、他地域でも推進されている五輪の合宿誘致は地理的条件や宿泊施設数などの面で難しいとするが、五輪効果で競技人口が増え、来町者増につながれば経済波及効果が生じてくると分析していると報道されている²⁰⁾。つまり、行政の財政状況からは大きなインフラ整備を展開するわけにはいかないが、生見のサーファーの観光行動を理解するとともに、少しでも東洋町のサーフィン環境を整備するためにも、リピーターや移住してきたサーファーと住民とのより良い関係構築に向けた具体的方策の検討が喫緊の課題として掲げられている。

3. 研究課題

サーファーの観光行動に関する研究は、あまり注目されておらず国内に限らず海外においてもその論文数は少ない。例えば、A. Davies and A. Hoath (2016)²¹⁾は、オーストラリア人のバリ島への移住を、退職者とサーファーに着目して調査研究を行っている。オーストラリアでは味わえないライフスタイルを得るために、自らの財源と社会ネットワークを利用して、新たな人生を送るために移住していると指摘している。このようなライフスタイル移住 (lifestyle migration) への決定要因は多様であり個別性が高いが、ライフコース選択と深い関係にあることが指摘されている。このようなライフスタイル移住の研究が近年盛んに行われるようになったが、その多くは退職者のセカンドライフを対象にしたものがほとんどである。本研究のような日常のスポーツツーリズム行動からライフスタイル移住に至るまでの過程をとらえた研究は見当たらない。

そこで本研究では、サーフィンとの関わりをライフスタイルとともに変えていくサーファーの観光行動の変動過程に着目する。「一宮サーフストリート構想」において示されたサーファーの生活特性に対応した地域活性化方策のモデルを参考に、サーファーの観光行動の研究枠組みを仮説的に設定した (図 4 参照)。まず、生見に来場する回数の少ないサーファーをビジターとし、来場回数が増えたサーファーをリピーターとする。第一の課題として、このサーファーの観光行動の変動過程の特性を理解することで、来場サーファーのサーフィンへの満足度を高め、滞在時間や回遊性の増加に結びつける交流人口の増加策を検討する。第二の課題としては、リピーターから移住者や定住者に結びつける支援策を検討するために、生見海岸近隣に移り住んできたサーファーに対して移住に至るまでの経緯と決定要因について検討する。

サーファーのライフスタイル変遷モデル

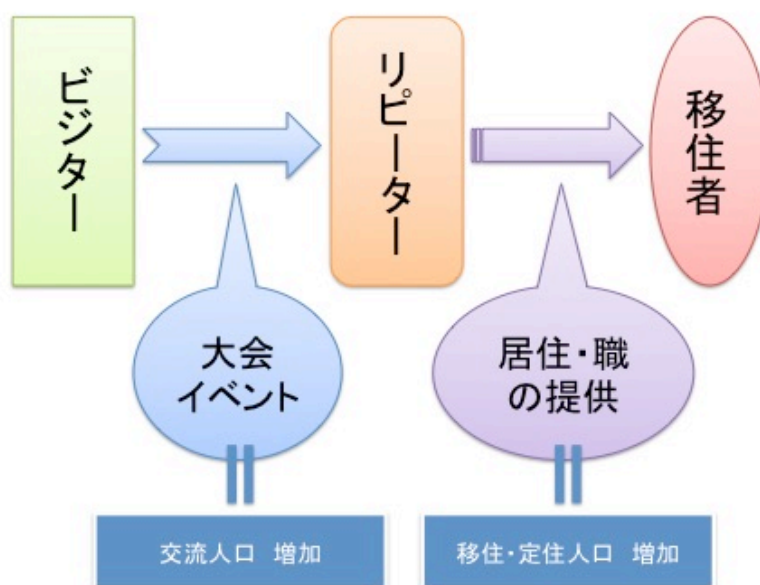


図 4 サーファーのライフスタイル変遷モデル

II. 研究目的

本研究は東洋町生見サーフィンビーチを訪れるサーファーに対して、居住地と海岸の往復を含む滞在における消費行動、海岸資源、海岸周辺施設、観光土産に対する評価及び SNS の利用状況について調査を実施し、サーフィンツーリズムによるサーファーの消費行動および行動モデルを明らかにする。

また、生見でのサーフィンを求めて移住してきたサーファーを対象に、過去のサーフィンを位置付ける生活スタイルから移住に至るまでのライフストーリーをインタビュー調査によるグラウンデッド・セオリー・アプローチによってその関係性について分析し、サーフィンを求めてライフスタイル移住する要因について検討する。

そして、サーファーの来場頻度と移住意識を関連づけ、来場頻度の向上、移住・定住の促進など地域活性化のデザインの在り方を提案することを目的とする。

III. 研究方法

1. 研究計画

本研究の計画を図5に示した。本研究では、研究1でアンケート調査を通してサーフィン大会のために地域に来場するビジター及びリピーターのサーファーの行動パターンを把握した後、研究2で移住したサーファーに対するインタビュー調査を通して、交流人口及び移住者数増加に繋がる施策を考察する。

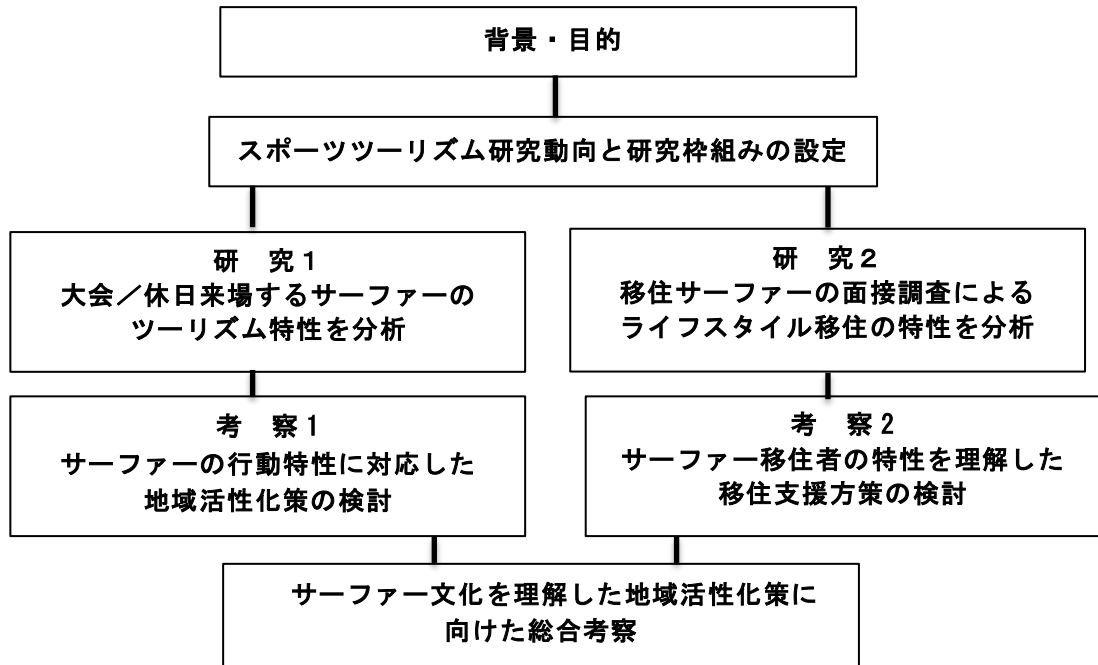


図5 本研究の研究計画

研究1では、生見を訪れるサーファーを対象に、質問紙調査を実施し、サーファーの行動パターンについて検討を行う。東洋町生見海岸に来たサーファーを対象に質問紙調査を実施し、サーファー行動（生見海岸のサーフィン行動、今回のツアーとしてのコストや消費に関する行動、地域の観光資源評価）について調査する。また先行研究や研究1の調査結果を基に、来場回数が向上する要因を明らかにするために研究2を展開する。研究2では、県外から生見に移住した人を対象にインタビュー調査を実施し、移住要因及び地域とサーフィン及びサーファーとの関係性について調査を行う。この2つの研究の結果と考察から、生見海岸におけるサーフィンの地域活性化方策を検討して提案する。

2. 先行研究と定義

1) サーフィンツーリズムの定義

観光庁(2010)²²⁾「観光立国の実現に向けた取り組み」によると、「我が国は、自然、文化遺産、多様な地域性等豊富な観光資源を有しており、観光のポテンシャルは極めて高い」とされており、これら地域資源を活用した観光開発は、地域の活性化に向けた新たな観光産業として検討され始めている。

地域の資源を利用したスポーツも目的地（デスティネーション）として捉えられ、地域活性化への影響についても検討されてきた。地域とスポーツの関係性に関する研究には、地域とアドベンチャースポーツ参加者との関連性を調査した研究（我部, 2012）²³⁾や、サイクリングスポーツイベントと地域活性化の関係性を調査した研究（海老原, 2013）²⁴⁾などがある。またスポーツツーリズムによる経済効果に着目したものとして、スクーバダイビングを用いた地域におけるビジネスに関する研究（望月, 2006）²⁵⁾などがなされており、地域特性に合わせたスポーツアクティビティに着目したツーリズム研究は数多く存在する。しかし、サーフィンの観光行動に着目し、地域活性化策との関係から検討した研究は、ほとんど見受けられないのが現状である。

文部科学省「今後の地域スポーツの推進方策に関する提言(2015)」では、今後の地域スポーツの基本的方向性のひとつとして、「地域スポーツは、健康寿命の延伸、地域コミュニティの再生、地域経済の活性化等につながるものとして一層の充実が必要」と指摘されている²⁶⁾。サーフィンができる海岸を有する地域にとって経済的及び集客的政策を講じていくことは勿論必要不可欠であるが、その地域住民とサーフィンの関係性において、サーフィンを地域文化として根づかせていくことこそ持続可能な地域活性化及び地域コミュニティの健全な再生に結びつくと考え、その実現に向けた施策を検討する必要がある。

このような社会情勢を背景に、観光庁では平成 23 年に「スポーツツーリズム推進基本方針」が施行され、より豊かなニッポン観光の創造のためスポーツとツーリズムのさらなる融合を展開しようとしている。その基本方針は、魅せるスポーツコンテンツづくりとスポーツ観光まちづくり、国際競技大会の積極的な誘致・開催、旅行商品化と情報発信の推進、スポーツツーリズム人材の育成・活用である²⁷⁾。

以上の先行研究の成果を概観し、本研究ではスポーツツーリズムの観点からサーフィンツーリズムを定義することとした。サーフィンは波の立つ海岸が活動資源であり、居住地からの移動によって展開されるツーリズムである。単にサーフィンを「する」だけでなく、「みる」ことや「ささえる」活動まで広げ、目的地（デスティネーション）としての魅力を高め、そこまでの移動や滞在する民宿、食事、土産やオプション観光の消費などを含めてサーフィンツーリズムとする。

2) 地域活性化の定義

農林水産省(2010)²⁸⁾によると、地域活性化の広義概念としての定義として、各市町村の「人口動態」と「人口構成」に着目し、地域社会の活性化状況（地域活性度）を捉え、人口減少に一定の歯止めがかかっており、近い将来においても定住人口の維持が可能である市町村を「活性化している」と捉える。逆に、過疎化の進行により人口が減少し続けると同時に、高齢者比率のみが高まっている市町村を「活性化していない」と捉える。

しかし観光による交流人口が多いことで活気づく地域も存在することから、町における流動人口も加味すると、定住人口の維持のみならず、交流人口や交流移住者が増加することによって地域に出入りする人口が増えることで経済活性化が見込まれる。総務省自治行政局過疎対策室「交流居住の時代～過疎地域における交流居住にむけたニーズ分析に関する調査～(2005)」²⁹⁾によれば、交流移住とは、「交流を主たる目的として田舎と都会を行き来するライフスタイル」であり、交流居住が過疎地域にもたらす影

響として、観光客よりも長時間の滞在が可能になることにより地域の関わりが密接であること、定住よりも地元での雇用確保の必要性が低いことなどが挙げられている。図6は観光交流人口増大による経済効果を示したものであるが、定住人口1人減少分を、外国人旅行者7人分、国内旅行者（宿泊）22人分又は国内旅行者（日帰り）77人分で補うことが可能であり、交流人口及び交流移住者を増やすことが人口減少の対策になることは明らかである³⁰⁾。

本研究において対象地としている高知県東洋町周辺地域は過疎地域であり、人口減少には歯止めがかかっておらず『活性化していない』地域であると捉えられる。ただしこの地域はサーフィンに適した海岸環境を有するという特徴があり、その特性を生かした施策を用いることで交流人口及び交流移住者の増加が期待でき、地域性を生かした地域活性化に結びつくと考える。

これらのことから、本研究における地域活性化とは、サーフィンや海を目的のひとつとして来場する交流人口及び定住・移住者人口が増加することであると定義づける。

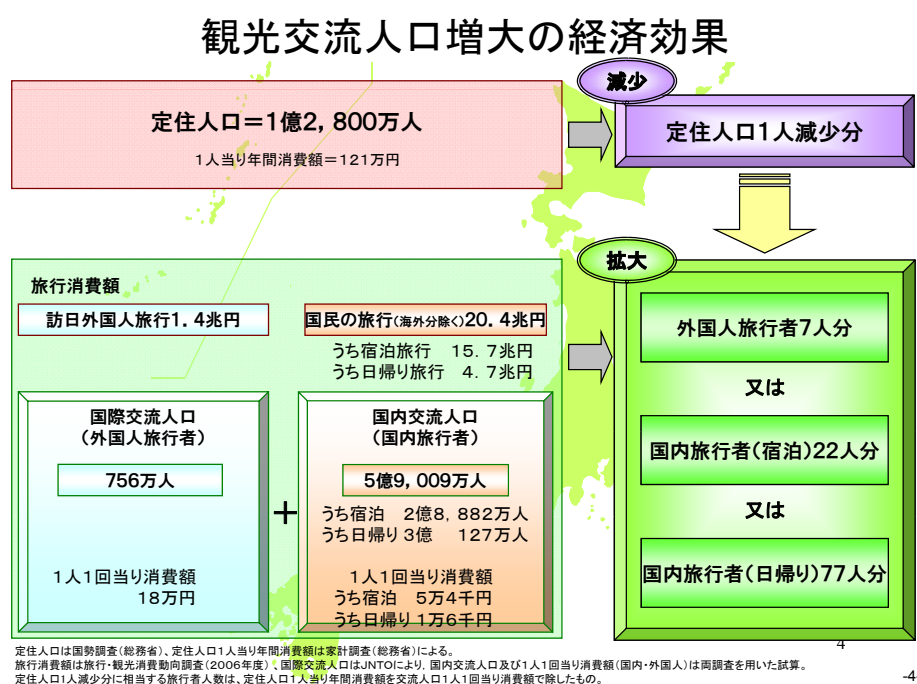


図6 観光交流人口増大の経済効果
清水慎一「地域ぐるみによる観光まちづくり」2009 から抜粋

3) ライフスタイル移住の定義

本研究では、サーフィンができる生活にあこがれて移住することをライフスタイル移住として捉えていく。ライフスタイル移住(lifestyle migration)は、ミカエラ・ベンソン(Benson, 2009)³¹⁾によれば「経済的理由や仕事や政治的理由など伝統的に主流であった移住理由以外の、より広域な意味での生活の質を求めている移住」と定義されており、生活の質に重きを置いた新たな形の移住形態であると考えられる。また長友(2015)³²⁾によると、ライフスタイル移住は、「個人の生き方や生活の質に対する願望が移住の意思決定に大きく影響を与えている現代的な移住」であり、従来の移住の特徴である社会的背景として存在していたプッシュ要因・プル要因ではなく、「個人の主体性や希望・願望が移住の推進力」となっている移住であるとしている。

本研究ではサーフィンを目的の中を含むサーファーの移住をライフスタイル移住として位置づけ、移住を実行するに際して特に移住先のプル要因を生活とサーフィンとの関係性から分析する。

IV. 研究 1

1. 目的

研究 1 では、サーファーの経験的消費や地域滞在、移動における観光資源の消費に対する満足度を質問紙調査で評価し、サーフィンツーリズムによる消費行動に影響を与える要因を分析するために、以下の目的を設定した。

- ① 居住地別に見る調査対象者の特性
- ② 頻度別に見る近畿在住サーファーの評価傾向
- ③ 頻度別に見る近畿在住サーファーの評価比較
- ④ ビジターからリピーターへ変遷することによる生見の資源への評価の変化と課題

この結果を踏まえ、居住地、目的、頻度別に分類したサーファーの特徴を把握し、ビジターからリピーターへ移行する要因と課題を検討する。

2. 方法

「Billabong Surfing Games2016 AAA グレード東洋町西日本サーフィン選手権大会アンケート調査へのご協力をお願い」（資料 1）による質問紙調査を実施する。また、特定非営利活動法人 元気な日本をつくる会が実施した「東洋町地域活性化に向けてのアンケート調査へのご協力をお願い」（資料 2）による質問紙調査の結果を参考になっている。

本研究ではサーファーの行動パターンを把握し、その要因を解明するために SIPS モデルを用いてサーファー行動を分析する（図 7 参照）。SIPS モデルは、ソーシャルメディアが情報媒体として用いられる際のモデルであり、個人がソーシャルメディアを通して他者に情報を共有し、拡散していく消費行動モデルである（図 7）³³⁾。他者の情報に共感し、検討した後行動に移り、自身が得た情報を他者に対して共有・拡散するという流れである。

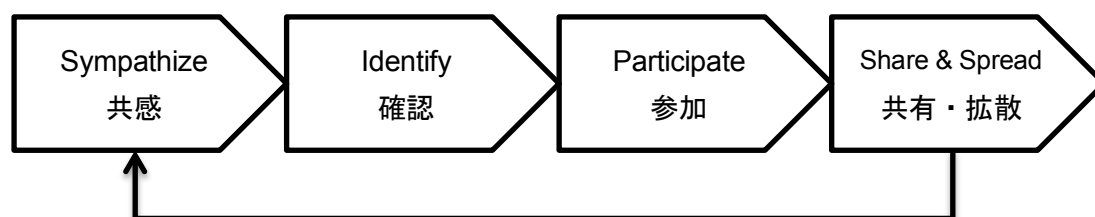


図 7 SIPS モデル

サーファー行動パターンを図 7 に当てはめてその課題を把握する（図 8）。研究 1 では、特に生見を訪れることに対する共感から生見を訪れる過程に与える影響及び情報共有の状況を把握することで、ビジターからリピーターへと移る要因を検討する。

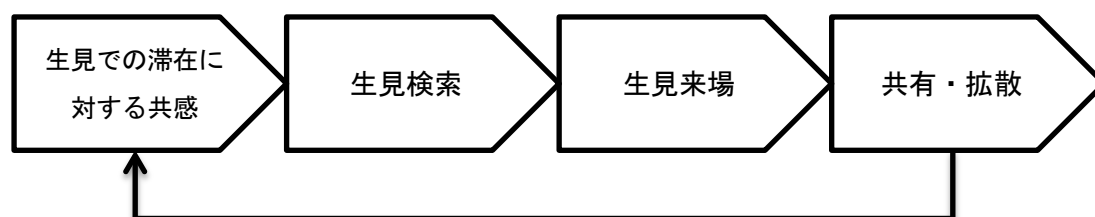


図 8 サーファー行動パターン

1) 対象・実施期間・回収数

本研究では2016年6月4日（土）から5日（日）にわたる2日間、高知県東洋町生見サーフィンビーチにて開催された「Billabong Surfing Games2016 AAA グレード東洋町西日本サーフィン選手権大会」に出場する選手、同伴者、観戦者、関係者を対象に、質問紙調査を実施した。有効回収数は151部である。

また、特定非営利活動法人 元気な日本をつくる会が実施した質問紙調査は、2016年9月18日（日）、2016年10月8日（日）の2日間、高知県東洋町生見サーフィンビーチにて高知県東洋町生見サーフィンビーチ来場サーファーを対象に、質問紙調査を実施し、対面により個別ヒアリングを実施しアンケート解答用紙を回収する方法であった。有効回収数は227部である。

2) 調査項目

本研究に際し用意した質問紙の内容は、サーファー個人属性11項目、生見サーフィン行動11項目、大会評価4項目、ツアー行動31項目、生見総合評価3項目である。

特定非営利活動法人 元気な日本をつくる会が実施した質問紙の内容は、サーファー個人属性8項目、生見サーフィン行動13項目、ツアー行動23項目、生見総合評価1項目である。

3) 統計解析

統計解析ソフトは、IBM SPSS Statistics 22を用いた。

3. 結果及び考察

1) 居住地別に見る調査対象者の特性

生見付近の生活圏は徳島県側であることから、対象者の居住地を徳島県内と県外に分けてグループ化し、それぞれのデモグラフィクスを検討した。

① 基本属性

居住地とサーファー全体の基本属性（性別、年齢、住まい、交通手段、交通ルート、到着日、到着時間、移動時間、宿泊先、宿泊パターン、サーフィン歴、参加グループ）との関連性について分析を行った。（表1及び2）。

性別、交通ルート、到着日、到着時間、サーフィン歴では有意な差が見られなかった。また、宿泊パターン、サーフィン歴の項目は、大会時来場者のみの回答である。

性別では居住地に関わらず男性が7割以上を占めていた。年齢では県内では10代が38.7%で最も多かったが、県外では40代が32.4%で最も多いという特徴が明らかになった。（ $\chi^2=29.113$ 、 $p<0.001$ ）住まいは県外では四国が3.4%、近畿が78.7%、その他の地域が17.9%であり、近畿から来るサーファーが約8割を占めている（ $\chi^2=263.088$ 、 $p<0.001$ ）。交通手段では、自家用車の利用が県内では83.9%、県外では91.0%と双方において高い割合を示した（ $\chi^2=12.043$ 、 $p<0.005$ ）。交通ルートでは徳島市まわりが、県内では100.0%、県外でも92.9%であり、ほとんどのサーファーが徳島市内を通過して生見を訪れることが明らかとなっている。

表 1 徳島県内外別による基本属性（性別、年齢、住まい、交通手段、交通ルート、到着日、到着時間、宿泊先、宿泊パターン、サーフィン歴、参加グループ）

		全体	住まい		χ^2
			県内	県外	
性別	n	378	31	347	0.141
	男性	73.8	71.0	74.1	
	女性	26.2	29.0	25.9	
年齢	n	377	31	346	29.113***
	10代未満	0.3	0.0	0.3	
	10代	13.2	38.7	11.0	
	20代	18.3	32.3	17.0	
	30代	25.2	6.4	26.9	
	40代	30.8	12.9	32.4	
	50代	10.1	9.7	10.1	
	60代以上	2.1	0.0	2.3	
住まい	n	378	31	347	263.088***
	四国	11.4	100.0	3.4	
	近畿	72.2	0.0	78.7	
	その他	16.4	0.0	17.9	
交通手段	n	366	31	335	12.043*
	自家用車	90.5	83.9	91.0	
	レンタカー	4.4	3.2	4.5	
	バス	1.1	0.0	1.2	
	飛行機	0.5	0.0	0.6	
	フェリー	0.5	0.0	0.6	
	その他	3.0	12.9	2.1	
交通ルート	n	366	27	339	2.046
	高知市まわり	6.6	0.0	7.1	
	徳島市まわり	93.4	100.0	92.9	

単位：％、 χ^2

*p<0.05, ***p<0.001

到着日では、県内が金曜日 16.6%、土曜日 41.7%、日曜日 41.7%であり、県外が金曜日 30.7%、土曜日 44.2%、日曜日 25.1%という結果であり、居住地からの距離を加味すると、県外から訪れるサーファーは金曜日や土曜日の早い段階で生見に到着していることが推察される。

到着時間では、未明から午前中に到着する割合が、県内 91.6%、県外 81.6%を占めていることが明らかとなっている。また全体の平均移動時間は、4.5 時間であった。

宿泊先では、県内では宿泊なしが 58.6%を占めており、自宅から訪れるサーファーが過半数を占めており、県外ではホテル・民泊が 47.2%、車中泊が 33.0%を占めており、これらが県外サーファーの主な宿泊であることが明らかとなっている ($\chi^2=58.150$ 、 $p<0.001$)。

宿泊パターンでは、県内は宿泊なしが 66.7%で過半数を占めており、県外は「前泊→試合→後泊」が 34.7%、「前泊→試合」が 37.2%、「試合→後泊」が 21.5%であり、9 割以上が少なくとも生見で 1 泊以上は滞在していることが明らかとなっている ($\chi^2=71.627$ 、 $p<0.001$)。

サーフィン歴では、県内は 5 年未満が 7.7%、5～10 年が 38.5%、10～20 年が 46.1%、20～30 年が 0.0%、30～40 年が 0.0%、40 年以上が 7.7%であり、県外は 5 年未満が 9.5%、5～10 年が 25.9%、10～20 年が 29.3%、20～30 年が 17.2%、30～40 年が 13.8%、40 年以上が 4.3%であることから、全体的に 5～20 年が最も多い結果となっている。

参加グループでは、県内は「ひとりで」が 22.2%、「友人と」が 40.8%、「家族と」37.0%であり、県外は「ひとりで」が 12.0%、「友人と」が 72.6%、「家族と」が 15.4%であることから、全体的に複数人で移動する傾向があることが明らかとなっている。特に県外のサーファーは「友人と」が 7 割を越えており、県内に比べ交通費が高くなることから経費削減のために複数人での来場を選択している可能性が考えられる。

表 2 徳島県内外別による基本属性

(到着日、到着時間、宿泊先、宿泊パターン、サーフィン歴、参加グループ)

		全体	住まい		χ^2
			県内	県外	
到着日	n	291	24	267	3.788
	金曜日	29.5	16.6	30.7	
	土曜日	44.0	41.7	44.2	
	日曜日	26.5	41.7	25.1	
到着時間	n	261	24	237	5.025
	1～6時	39.8	29.1	39.8	
	6～12時	41.8	62.5	41.8	
	12時～18時	11.9	4.2	11.9	
	18時～24時	6.5	4.2	6.5	
移動時間	平均	4.5時間	1.3時間	4.7時間	
宿泊先	n	368	29	339	58.150***
	ホテル・民宿泊	44.5	13.8	47.2	
	車中泊	30.7	3.5	33.0	
	テント泊	0.3	0.0	0.3	
	宿泊なし	17.4	58.6	13.9	
	その他	7.1	24.1	5.6	
宿泊パターン	n	139	18	121	71.627***
	前泊→試合→後泊	31.7	11.1	34.7	
	前泊→試合	32.4	0.0	37.2	
	試合→後泊	20.1	11.1	21.5	
	宿泊なし	10.8	66.7	2.5	
	その他	5.0	11.1	4.1	
サーフィン歴	n	129	13	116	6.116
	～5年	9.3	7.7	9.5	
	5～10年	27.1	38.5	25.9	
	10～20年	31.0	46.1	29.3	
	20～30年	15.5	0.0	17.2	
	30～40年	12.4	0.0	13.8	
	40年～	4.7	7.7	4.3	
参加グループ	n	359	27	332	12.53**
	ひとりで	12.8	22.2	12.0	
	友人と	70.2	40.8	72.6	
	家族と	17.0	37.0	15.4	

単位：％、 χ^2

p<0,01, *p<0.001

② サーフィン目的の旅行における消費金額

渡辺（2015）³⁴⁾は、長い距離を移動する旅行者は消費額が大きくなる傾向があることを検討し、遠隔地からの旅行者が目的地においてより大きな消費をもたらす可能性があることを指摘している。そこで、居住地と旅行期間中の経費との関連性について分析を行った（表3）。

「移動・宿泊」、「食事」、「土産」では有意な差が見られたが、「その他」では有意な差が見られなかった。「移動・宿泊」では全体が18,834円、県内が6,809円、県外が19,579円であり、県外は県内の約3倍の経費がかかっていることが明らかになった。「食事」では全体が5,264円、県内が1,062円、県外が5,516円で県外が県内の約5倍である。「土産」では全体が881円、県内が71円、県外が942円であり、県内ではほとんど購入されていないことがわかる。「その他」では全体が479円、県内が62円、県外が511円となっている。

また、県外者を目的地においてホテル・民宿で宿泊したグループと、宿泊なし（車中泊含む）のグループに分けて平均消費額を比較してみた。県外宿泊ありグループは「移動・宿泊」が22,884円となり、宿泊なしグループの14,215円よりも8,000円程度高い金額となった。「食事」では宿泊ありグループが6,758円、宿泊なしグループが4,534円と、2,200円程度高い消費額となった。いずれも統計的に有意に有意な差があった。消費額の総計では、県外宿泊グループの方が、宿泊なしグループより12,000円程度高い額となった。遠隔地から移動してきたサーファーでも車中泊等で地元のホテルや民宿を利用しない場合は、地元への経済的効果が低くなることが予想される。宿泊を利用しないサーファーには、食事や土産などの消費の対象となるような商品開発によって経済効果を高める努力が必要となる。

表3 徳島県内外別および県外者宿泊別による消費金額の比較

	全体	住まい		t 値	県外者		t 値
		県内	県外		宿泊あり	宿泊なし（含車中泊）	
移動・宿泊	240	14	226	4.197*	114	98	3.461*
	18,834	6,809	19,579		22,884	14,215	
食事	231	13	218	7.268*	105	100	2.702*
	5,264	1,062	5,516		6,758	4,534	
土産	301	21	280	4.954*	88	70	2.188*
	881	71	942		1,870	1,116	
その他	299	21	278	0.839	43	44	0.799
	479	62	511		1,635	989	

単位：円

*p<0.05, **p<0.01

そこで、自宅から生見までの移動時間を消費金額との関係を明らかにするために、この2項目によるスキャッタグラムを作成したものが図9である。近畿圏の平均移動時間が4.7時間であることからその前後の数値に着目することで関西圏の車中泊型サーフィンツーリズムを行うグループと関西圏の宿泊滞在型サーフィンツーリズムを行う2グループに分類することができ、それぞれの消費傾向に合わせた消費促進の手だてが求められる。

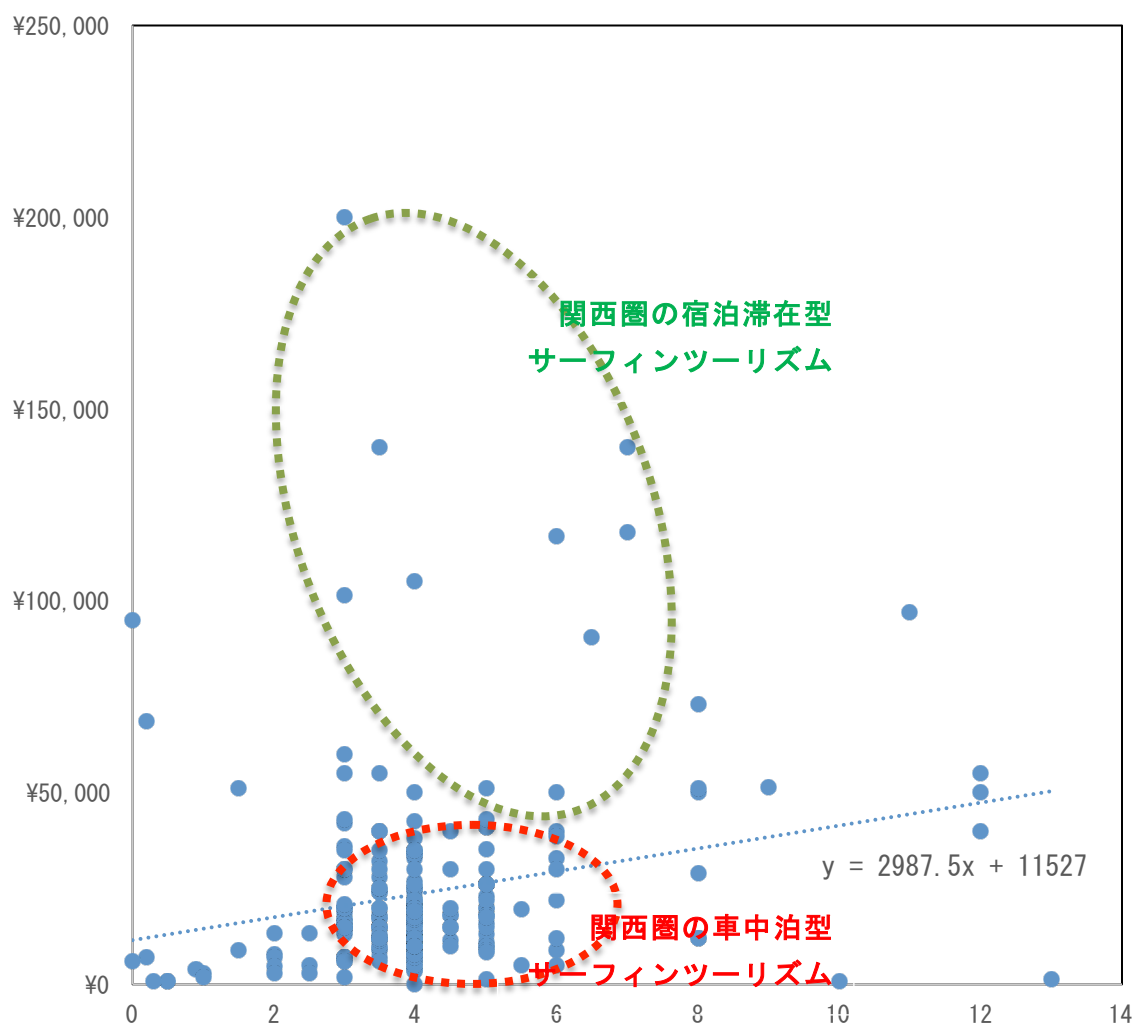


図9 移動時間と消費金額とのスキャッタグラム

表 4 徳島県内外別移動中店舗利用率の比較

また、徳島県内外で、徳島市から生見までの飲食店・コンビニ・スーパー、観光施設での、「情報検索」、「休憩」、「飲食」、「商品購入」の利用率について表 4 に示した。

県内者は、自宅に近い店舗と思われる徳島市店舗 (46.2%)、阿南市店舗 (46.2%)、牟岐町店舗 (38.5%) での休息と、海の駅しらはまでの商品購入 (30.8%) の利用率が高い。市内店舗はその多くはコンビニでトイレや飲み物を買っての休憩がほとんどである。移動距離が 2 時間以内ということで、移動ルート上に目的店舗があれば立ち寄るのだろうが、ほぼ移動のみで、美波町内の店舗は全く利用していない。

県外者は徳島市店舗 (43.6%)、穴喰温泉 (30.7%)、牟岐町 (29.0%) 海陽町 (28.0%) への立ち寄り、生見周辺での飲食 (30.7%) 及び商品購入 (24.0%) の利用率が高い。高速道路を下りる徳島市周辺で休憩をし、市内から生見まで約 2 時間かかることからその道中の休憩として牟岐町や海陽町での立ち寄りが考えられる。また穴喰温泉の利用率は県内と比較しても高いことからサーファーに対する温泉の需要傾向が高いことが示唆される。生見での消費額が県内サーファーよりも高いことから、生見周辺での消費者は県外サーファーが多くを占めていることが明らかとなった。

飲食店・コンビニ・スーパー		住まい	
		県内	県外
		n31	n347
徳島市内	店舗検索	30.8	18.6
	店舗休憩	46.2	43.6
	店舗飲食	0.0	18.6
	商品購入	7.7	16.0
道駅なかがわ	検索	0.0	1.3
	休憩	7.7	23.9
	飲食	0.0	5.4
	商品購入	0.0	2.7
阿南市内	店舗検索	0.0	8.0
	店舗休憩	46.2	12.0
	店舗飲食	0.0	4.0
	商品購入	7.7	2.7
美波町内	店舗検索	0.0	8.0
	店舗休憩	0.0	13.5
	店舗飲食	0.0	2.7
	商品購入	0.0	4.0
道駅ひわさ	道駅ひわさ検索	0.0	5.3
	道駅ひわさ休憩	15.4	18.6
	道駅ひわさ飲食	0.0	2.7
	道駅ひわさ購入	0.0	2.6
牟岐町内	店舗検索	7.7	8.0
	店舗休憩	38.5	29.0
	店舗飲食	15.4	2.6
	商品購入	7.7	2.7
道駅穴喰温泉	検索	0.0	9.4
	入浴・休憩	7.7	30.7
	飲食	0.0	12.0
	商品購入	0.0	4.0
海陽町内	店舗検索	7.7	6.7
	店舗休憩	7.7	28.0
	店舗飲食	7.7	8.0
	商品購入	7.7	10.7
海駅しらはま	検索	0.0	8.0
	休憩	15.4	25.3
	飲食	0.0	9.4
	商品購入	30.8	9.3
生見周辺	検索	7.7	12.3
	休憩	0.0	20.0
	飲食	7.7	30.7
	商品購入	0.0	24.0

単位：％

③ 生見に対する評価

生見に対するサーファーの評価要因を検討する為、「生見サーフィン行動」として生見サーフィンビーチに対する評価を「アクセス」、「波の品質」、「景観」、「宿泊施設」、「食事飲食店」、「コンビニ」、「観光」、「入浴施設」、「土産」の項目に分け、全アンケート回答者を対象にして分析を行った（表 5）。

表 5 では、回答の「かなり不満」、「やや不満」を「不満」、「やや満足」、「かなり満足」を「満足」と合計して表記してある。

アクセスでは、県内は「満足」75.9%、「不満」24.1%、県外は「満足」47.1%、「不満」52.9%であり、より距離の近い県内サーファーの評価は比較的高いのに対し、県外は不満の割合が過半数を上回っていた。 $(\chi^2=8.869, p<0.01)$ 。波の品質は、「満足」が県内 90.0%、県外 88.8%を占めることから、居住地に関わらず満足度は高い傾向にあることが明らかとなっていることから、大会開催には適した環境であるとも考えられる。景観では、「満足」が県内外ともに 9 割を越えており、全項目において最も満足度が高くなっている。宿泊施設では、「満足」が県内外ともに 8 割を越えていることから、来場者の満足度は高い傾向にある。

食事飲食店は、県内は「満足」62.1%、「不満」37.9%で、県外は「満足」62.2%、「不満」37.8%で、「満足」の回答は約 6 割という結果となっている。コンビニは、県内の「不満」が 56.7%、県外の「不満」が 58.2%であり、項目中最も「不満」の回答が多い。

観光では県内は「満足」58.6%、「不満」41.4%、県外は「満足」54.7%、「不満」45.3%であり、回答はおおよそ半数に分かれた。入浴施設では県内外共に約 6 割が「満足」、約 4 割が「不満」と回答していたことが明らかとなっている。土産では、県内のうち「満足」が 58.6%、「不満」が 41.4%を占めており、県外では「満足」が 55.8%、「不満」が 44.2%であり、県内の方が満足度が高い傾向があることがわかる。

表 5 徳島県内外別による生見評価

		全体	住まい		χ^2
			県内	県外	
アクセス	n	369	29	340	8.869**
	満足	49.3	75.9	47.1	
	不満	50.7	24.1	52.9	
波品質	n	370	30	340	0.039
	満足	88.9	90.0	88.8	
	不満	11.1	10.0	11.2	
景観	n	371	30	341	0.012
	満足	93.8	93.3	93.8	
	不満	6.2	6.7	6.2	
宿泊施設	n	361	28	333	1.093
	満足	82.0	89.3	81.4	
	不満	18.0	10.7	18.6	
食事飲食店	n	368	29	339	0.000339
	満足	62.2	62.1	62.2	
	不満	37.8	37.9	37.8	
コンビニ	n	370	30	340	0.028
	満足	41.9	43.3	41.8	
	不満	58.1	56.7	58.2	
観光	n	360	29	331	0.167
	満足	55.0	58.6	54.7	
	不満	45.0	41.4	45.3	
入浴施設	n	365	29	336	0.368
	満足	56.7	62.1	56.2	
	不満	43.3	37.9	43.8	
土産	n	364	29	335	2.767
	満足	56.0	58.6	55.8	
	不満	44.0	41.4	44.2	

単位：％、 χ^2

**p<0.01

④ 移住への関心

表6は生見地域への移住に対する関心と居住地の関係を示したものである。

「移住を考えたい」と回答したサーファーは、県内が4.5%、県外が5.3%であり、県内外共に5.0%前後に留まった。「条件が整えば移住も考えたい」と回答したサーファーは、県内が9.1%、県外が25.7%であり、「移住は考えていない」は県内が86.4%、県外が69.0%であった。県外サーファーのうち、約3割が「移住を考えたい」、「条件が整えば移住も考えたい」と回答していた。

表6 徳島県内外別による移住への関心

		全体	住まい		χ^2
			県内	県外	
移住	n	325	22	303	3.215
	移住を考えたい	5.2	4.5	5.3	
	条件が整えば 移住も考えたい	24.6	9.1	25.7	
	移住は考えて いない	70.2	86.4	69.0	

単位：%、 χ^2

⑤ SNS 利用状況

表7はSNSに生見滞在に関する投稿に対する意識と居住地の関係を示したもので、0.1%水準で有意さが見られた。県内外どちらにおいても約6割が「投稿する予定はない」と回答しており、「生見で滞在中に投稿」では、県内が0.0%、県外が26.6%、「帰宅して投稿する予定」では、県内が40.9%、県外が15.0%であった。

表7 徳島県内外別によるSNSの利用状況

		全体	住まい		χ^2
			県内	県外	
SNS	n	289	22	267	13.911***
	生見で滞在中に投稿	24.6	0.0	26.6	
	帰宅して投稿する予定	16.9	40.9	15.0	
	投稿する予定はない	58.5	59.1	58.4	

単位：%、 χ^2

***p<0.001

⑥ 居住地別に見るサーファー特性の特徴

徳島県内外別では以下の違いがみられた。

県内サーファーの特徴として、20代～30代が約7割を占めており、海岸周辺施設で宿泊するのではなく自宅から自家用車で友人または家族と一緒に複数人で来場するケースが多い。また自宅から海岸までの平均移動時間が1.3時間と短いことからアクセスに対して75.9%が満足している。

県外サーファーの特徴として、宿泊はホテル・民泊が約5割、車中泊が約3割であり、大会時来場者は1回の大会開催につき1泊以上宿泊している。年齢は30代～40代が約6割を占め、7割以上が友人と来場しており、自家用車で来場が9割以上を占める。自宅から海岸までの平均移動時間は4.7時間であり、アクセスに対する評価は満足との回答が47.1%と半数以下であることから、県外居住者には長距離移動に対する不満があり課題として捉えることができる。

また関西圏のサーファーは車中泊型サーフィンスーリズムを行うグループと宿泊滞在型サーフィンスーリズムを行う2グループに分類することができ、滞在における宿泊によって消費形態に違いがある傾向が見られる。また県内サーファーは移動距離が短いことから移動中に立ち寄る頻度は低いが、県外サーファーは高速道路を下りる徳島市周辺で休憩をし、牟岐町や海陽町、穴喰温泉への立ち寄りが見られ、生見周辺での消費者は県外サーファーが多くを占めていることが明らかとなった。

移住に対しては「移住を考えたい」との回答割合は県内外で5.0%前後であるが、「条件が整えば移住も考えたい」との回答は県内が約9.0%であるのに対して県外は約26.0%であることから、県外サーファーの方が移住意識が高いと推察できる。またSNS利用状況においては投稿する割合は県内外各々6割弱で、県内サーファーは帰宅後投稿の傾向、県外サーファーは滞在中投稿の傾向があることが明らかとなっている。

2) 頻度別に見る近畿在住サーファーの評価傾向

表1から生見を訪れるサーファー全体の72.2%を近畿在住のサーファーが占めていることが明らかであることから、対象者を近畿在住サーファーとし、大会来場サーファーと休日に生見を訪れたサーファーとに分類し分析を行った。

また1年間に生見を訪れる回数を中央値で分け、訪れる頻度が少ないグループをビジター、多いグループをリピーターに分けた。大会来場サーファーの中央値は10で、ビジターは生見来場回数が年間10回未満、リピーターは年間10回以上と分類している。一方休日来場サーファーの中央値は12で、ビジターは生見来場回数が年間12回未満、リピーターは年間12回以上と分類した。

① 近畿在住サーファーの頻度別による基本属性

生見来場目的と頻度で分類した近畿在住サーファーの基本属性（性別、年齢、交通手段、交通ルート、到着日、到着時間、移動時間、宿泊先、宿泊パターン、サーフィン歴、参加グループ）との関連性について分析を行った（表8）。

性別、年齢、交通手段、交通ルート、到着時間、宿泊先、宿泊パターン、サーフィン歴の項目と、大会時の参加グループでは有意な差が見られなかった。また、宿泊パターン、サーフィン歴の項目は、大会時来場者のみの回答である。

性別では居住地に関わらず男性が7割以上を占めており、大会時のビジターは男性が85.7%であり、男性が多い傾向が明らかになった。年齢では大会時来場者のうち、ビジターでは40代、50代がともに25.0%で全体の半数を占めており、リピーターでは40代が38.5%で最も多かった。休日時来場者では、

ビジター、リピーターともに 40 代が各々41.4%、34.7%であり、割合が最も多かった。大会時は全国から来場するため全体の割合は分散しているが、休日時は 20 代、30 代、40 代の合計が全体の 8 割を越えているという特徴が明らかになった。交通手段では、自家用車の回答が最も多く、大会時はビジターが 96.4%、リピーターが 94.7%であり、休日時はビジターが 89.7%、リピーターが 94.6%であり、約 9 割を占めていることが明らかになった。自家用車の次に回答が多かった項目がレンタカーであることから、陸路が交通の主であることが考えられる。交通ルートでは「徳島市まわり」が休日時のリピーター99.3%以外は全て 100.0%であり、交通手段の結果も加味すると自家用車で徳島市内を通して来場するという行動の傾向が明らかになった。

到着日では有意な差が見られ、大会時のビジターでは、「金曜日」が 66.7%、「土曜日」が 29.6%、「日曜日」が 3.7%であり、リピーターでは、「金曜日」が 30.6%、「土曜日」が 63.9%、「日曜日」が 5.5%であった ($\chi^2=8.162$, $p<0.05$)。対して休日時のビジターでは、「金曜日」が 4.0%、「土曜日」が 36.0%、「日曜日」が 60.0%であり、リピーターでは、「金曜日」が 9.7%、「土曜日」が 55.9%、「日曜日」が 34.4%であった ($\chi^2=8.909$, $p<0.05$)。到着時間では、大会時のビジターのうち「1~6 時」が最も高く 57.9%、「6~12 時」が 10.5%であり、リピーターでは「1~6 時」が最も高く 62.5%、「6~12 時」が 15.6%であったことから、大会時は 1 時から 12 時の到着が最も多い傾向にある。また休日時のビジターは「1~6 時」が 34.0%、「6~12 時」が 53.2%であり、リピーターでは「1~6 時」が 41.8%、「6~12 時」が 52.7%であり、大会時と同じく午前中の到着の割合が最も多いが、午前中のうち大会時では「1~6 時」の割合が、休日時では「6~12 時」の割合が高く、違いが確認できる。移動時間の平均は大会時のビジターが 4.5 時間、リピーターが 4.0 時間であり、休日時のビジターが 4.2 時間、リピーターが 3.9 時間であり、全体では 4 時間前後であり、大会時のビジターが最長であり、休日のリピーターが最短であることがわかった。

宿泊先では、大会時はビジターの「ホテル・民泊」が 32.1%、「車中泊」が 64.3%、リピーターの「ホテル・民泊」が 17.6%、「車中泊」が 76.5%であり、「ホテル・民泊」、「車中泊」の回答がビジター、リピーターともに全体の 9 割以上を占めていることが明らかになった。休日時はビジターの「ホテル・民泊」が 48.3%、「車中泊」が 18.9%、リピーターの「ホテル・民泊」が 50.0%、「車中泊」が 25.0%であり、大会時と比較すると車中泊の割合が低いことがわかった。

宿泊パターンでは、ビジターは「前泊→試合→後泊」が 38.4%で最も割合が高く、リピーターでは「試合→後泊」が 37.0%で最も割合が高いことが明らかであり、1 つの大会開催につき、ビジターでは 8 割以上、リピーターは 9 割以上が 1 泊以上宿泊していることがわかった。サーフィン歴は「10~20 年」がビジター、リピーターともに最多であり、ビジターは 34.7%、リピーターは 38.3%であった。

参加グループでは、大会時はビジターが「ひとりで」が 12.0%、「友人と」が 56.0%、「家族と」が 32.0%であり、リピーターが大会時はビジターが「ひとりで」が 5.8%、「友人と」が 47.1%、「家族と」が 47.1%であり、友人と来場するサーファーが多いことが明らかになった。また休日時では有意な差が見られ、ビジターが「ひとりで」が 3.4%、「友人と」が 96.6%、「家族と」が 0.0%であり、リピーターが「ひとりで」が 14.2%、「友人と」が 83.8%、「家族と」が 2.0%であったことから、友人と訪れるサーファーが殆どを占めること、大会時と比べ家族と来場するサーファーが少ないことが明らかになった ($\chi^2=6.259$, $p<0.05$)。

表 8 来場目的及び来場頻度による近畿在住サーファーの基本属性（性別、年齢、住まい、交通手段、交通ルート、到着日、到着時間、宿泊先、宿泊パターン、サーフィン歴、参加グループ）

		近畿									
目的		大会			χ ²			普通休日			χ ²
頻度		全体	ビジター	リピーター				全体	ビジター	リピーター	
性別	n	67	28	39	0.805	n	206	58	148	0.029	
	男性	80.6	85.7	76.9		男性	73.3	74.1	73.0		
	女性	19.4	14.3	23.1		女性	26.7	25.9	27.0		
年齢	n	67	28	39	8.728	n	205	58	147	2.340	
	10代未満	1.5	0.0	2.6		10代未満	0.0	0.0	0.0		
	10代	10.4	3.6	15.4		10代	3.9	3.4	4.1		
	20代	14.9	21.4	10.2		20代	19.5	22.4	18.4		
	30代	22.4	21.4	23.1		30代	29.3	25.9	30.6		
	40代	32.8	25.0	38.5		40代	36.6	41.4	34.7		
	50代	16.4	25.0	10.2		50代	8.3	5.2	9.5		
	60代以上	1.5	3.6	0.0		60代以上	2.4	1.7	2.7		
交通手段	n	66	28	38	2.836	n	206	58	148	7.785	
	自家用車	95.5	96.4	94.7		自家用車	93.2	89.7	94.6		
	レンタカー	3.0	0.0	5.3		レンタカー	3.4	8.6	1.4		
	バス	0.0	0.0	0.0		バス	1.5	0.0	2.0		
	飛行機	0.0	0.0	0.0		飛行機	0.0	0.0	0.0		
	フェリー	0.0	0.0	0.0		フェリー	0.0	0.0	0.0		
その他	1.5	3.6	0.0	その他	1.9	1.7	2.0				
交通ルート	n	67	28	39		n	205	58	147	0.396	
	高知市まわり	0.0	0.0	0.0		高知市まわり	0.5	0.0	0.7		
	徳島市まわり	100.0	100.0	100.0		徳島市まわり	99.5	100.0	99.3		
到着日	n	63	27	36	8.162*	n	143	50	93	8.909*	
	金曜日	46.0	66.7	30.6		金曜日	7.7	4.0	9.7		
	土曜日	49.2	29.6	63.9		土曜日	48.9	36.0	55.9		
	日曜日	4.8	3.7	5.5		日曜日	43.4	60.0	34.4		
到着時間	n	51	19	32	3.085	n	138	47	91	2.650	
	1～6時	60.8	57.9	62.5		1～6時	39.1	34.0	41.8		
	6～12時	13.7	10.5	15.6		6～12時	52.9	53.2	52.7		
	12時～18時	15.7	26.3	9.4		12時～18時	3.6	6.4	2.2		
	18時～24時	9.8	5.3	12.5		18時～24時	4.4	6.4	3.3		
移動時間	n	53	22	31		n	195	56	139		
	平均	4.2時間	4.5時間	4.0時間		平均	4.0時間	4.2時間	3.9時間		
宿泊先	n	62	28	34	4.516	n	206	58	148	1.899	
	ホテル・民泊泊	24.2	32.1	17.6		ホテル・民泊泊	49.5	48.3	50.0		
	車中泊	71.0	64.3	76.5		車中泊	23.3	18.9	25.0		
	テント泊	0.0	0.0	0.0		テント泊	0.0	0.0	0.0		
	宿泊なし	1.6	3.6	0.0		宿泊なし	21.9	27.6	19.6		
	その他	3.2	0.0	5.9		その他	5.3	5.2	5.4		
宿泊パターン	n	61	26	35	2.983	n					
	前泊→試合→後泊	32.8	38.4	28.6		前泊→試合→後泊					
	前泊→試合	26.2	23.1	28.6		前泊→試合					
	試合→後泊	31.2	23.1	37.0		試合→後泊					
	宿泊なし	4.9	7.7	2.9		宿泊なし					
	その他	4.9	7.7	2.9		その他					
サーフィン歴	n	60	26	34	4.643	n					
	～5年	13.3	11.5	14.7		～5年					
	5～10年	13.3	15.4	11.8		5～10年					
	10～20年	36.7	34.7	38.3		10～20年					
	20～30年	15.0	11.5	17.6		20～30年					
	30～40年	16.7	15.4	17.6		30～40年					
	40年～	5.0	11.5	0.0		40年～					
参加グループ	n	59	25	34	1.666	n	206	58	148	6.259*	
	ひとりで	8.5	12.0	5.8		ひとりで	11.2	3.4	14.2		
	友人と	50.8	56.0	47.1		友人と	87.4	96.6	83.8		
	家族と	40.7	32.0	47.1		家族と	1.4	0.0	2.0		

単位：％、 χ^2

*p<0.05

② サーフィン目的の旅行における消費金額

居住地と旅行期間中の経費との関連性について分析を行った（表 9）。

大会時、休日時の「移動・宿泊」、休日時の「その他」では有意な差が見られたが、大会時、休日時の「食事」、「土産」、大会時の「その他」では有意な差が見られなかった。

「移動・宿泊」では、大会時は全体が 25,240 円、ビジターが 34,393 円、リピーターが 17,702 円であり、ビジターがリピーターの約 2 倍の経費であることがわかる。休日時は全体が 15,276 円、ビジターが 22,304 円、リピーターが 12,582 円であり、大会時と比較すると全体的に経費が安い傾向があり、どちらにおいてもリピーターの方が経費が安いことが明らかとなっている。

「食事」では、大会時は全体が 4,465 円、ビジターが 5,413 円、リピーターが 3,622 円でビジターの方が経費が高いことがわかる。休日時は全体が 5,637 円、ビジターが 5,541 円、リピーターが 5,673 円であることから、全体的には休日時の方が経費が高い傾向にある。

「土産」では、大会時は全体が 486 円、ビジターが 611 円、リピーターが 361 円であり、休日時は全体が 1,022 円、ビジターが 1,293 円、リピーターが 916 円であり、休日時は大会時よりも土産を購入する傾向にあることが明らかとなっている。

「その他」では大会時は全体が 40 円、ビジターが 0 円、リピーターが 78 円で、休日時は全体が 633 円、ビジターが 1,375 円、リピーターが 342 円であり、休日時の方が経費が高いことがわかる。

表 9 来場目的及び来場頻度による近畿在住サーファーの消費金額

	近畿							
	大会			F値	普通休日			F値
	全体	ビジター	リピーター		全体	ビジター	リピーター	
移動・宿泊	31	14	17	5.286*	166	46	120	9.317**
	25240	34393	17702		15276	22304	12582	
食事	34	16	18	0.898	151	41	110	0.016
	4465	5413	3622		5637	5541	5673	
土産	36	18	18	0.464	206	58	148	1.761
	486	611	361		1022	1293	916	
その他	35	17	18	2.953	206	58	148	6.901**
	40	0	78		633	1375	342	

単位：円

*p<0.05, **p<0.01

③ 近畿在住サーファーの頻度別による評価の特性

表 10 は、近畿在住サーファーの生見に対する評価を生見来場目的及び頻度別に分析した結果である。評価の全ての項目において頻度との関連は認められなかった。

アクセスの評価では、大会来場のビジターは「満足」が 35.7%、「不満」が 64.3%であり、リピーターは「満足」が 52.6%、「不満」が 47.4%であった。休日来場のビジターは「満足」が 48.3%、「不満」が 51.7%であり、リピーターは「満足」が 48.6%、「不満」が 51.4%であった。大会時のリピーターのみ「不満」より「満足」の回答数が多いことが明らかとなっている。

波の品質の評価では、ビジターは「満足」が大会時、休日時ともに 9 割を越えており、リピーターにおいても「満足」が約 9 割であることから、評価が高い傾向がある。

景観の評価においても、「満足」の回答はビジター、リピーターともに大会時は 8 割、休日時は 9 割を越える高評価であった。

宿泊施設の評価では、大会時の「満足」の回答はビジター、リピーターともに 7 割を越えており、休日は約 8 割を占める高評価であった。また大会時、休日時ともに「満足」の回答はビジターよりリピーターが高い傾向にある。

食事飲食店の評価では、大会来場のビジターは「満足」が 60.7%、「不満」が 39.3%であり、リピーターは「満足」が 68.4%、「不満」が 31.6%であった。休日来場のビジターは「満足」が 55.2%、「不満」が 44.8%であり、リピーターは「満足」が 63.7%、「不満」が 36.3%であった。全体的に「満足」が約 6 割であり、大会時、休日時ともに「満足」の回答はビジターよりリピーターが高い傾向にある。

コンビニの評価は、大会来場のビジターは「満足」の回答が 42.9%、「不満」が 57.1%、リピーターは「満足」が 47.4%、「不満」が 52.6%であり、ビジター、リピーターともに「不満」が過半数を超えている。また休日はビジターが「満足」が 36.2%、「不満」が 63.8%、リピーターは「満足」が 41.1%、「不満」が 58.9%であり、大会時と同様ビジター、リピーターともに「満足」を「不満」が上回る結果となっており、生見付近にコンビニが存在しないことがマイナス要因になっていることが考えられる。また大会時は試合スケジュール等で沿岸に拘束される時間が長く自由に動ける時間が少ない為近隣に便利なコンビニがあることを求める声が多いと予想される。

観光の評価では、大会来場のビジターは「満足」が 56.0%、「不満」が 44.0%であり、リピーターは「満足」が 66.7%、「不満」が 33.3%であった。休日来場のビジターは「満足」が 43.1%、「不満」が 56.9%であり、リピーターは「満足」が 50.7%、「不満」が 49.3%であった。大会時はビジター、リピーターともに「満足」の回答が過半数を上回っている結果に対して、休日時のリピーターは「満足」が 5 割を越えているのに対してビジターは「満足」が「不満」を下回っている。

入浴施設の評価では、大会来場はビジター、リピーターともに「満足」が約 6 割を占めていることが明らかになった。休日来場ではビジターは「満足」が 46.6%、「不満」が 53.4%、リピーターは「満足」が 52.7%、「不満」が 47.3%であった。休日時のビジターのみ「不満」が「満足」を上回っていることが明らかになった。

土産の評価では、大会来場はビジター、リピーターともに約 6 割を占めていることが明らかになった。休日来場は、ビジターの「満足」が 41.4%、「不満」が 58.6%、リピーターは「満足」が 56.2%、「不満」が 43.8%であり、ビジターのみ「不満」が過半数を超えていることが明らかとなっている。

表 10 来場目的及び来場頻度による近畿在住サーファーの生見評価

目的 頻度		近畿								
		大会			χ^2		普通休日			χ^2
		全体	ビジター	リピーター			全体	ビジター	リピーター	
アクセス	n	66	28	38	1.861	n	204	58	146	0.002
	満足	45.5	35.7	52.6		満足	48.5	48.3	48.6	
	不満	54.5	64.3	47.4		不満	51.5	51.7	51.4	
波品質	n	66	28	38	0.615	n	204	58	146	0.128
	満足	89.4	92.9	86.8		満足	90.2	91.4	89.7	
	不満	10.6	7.1	13.2		不満	9.8	8.6	10.3	
景観	n	66	28	38	0.001	n	204	58	146	0.013
	満足	89.4	89.3	89.5		満足	95.1	94.8	95.2	
	不満	10.6	10.7	10.5		不満	4.9	5.2	4.8	
宿泊施設	n	62	26	36	0.182	n	204	58	146	0.516
	満足	75.8	73.1	77.8		満足	82.4	79.3	83.6	
	不満	24.2	26.9	22.2		不満	17.6	20.7	16.4	
食事飲食店	n	66	28	38	0.422	n	204	58	146	1.272
	満足	65.2	60.7	68.4		満足	61.3	55.2	63.7	
	不満	34.8	39.3	31.6		不満	38.7	44.8	36.3	
コンビニ	n	66	28	38	0.132	n	204	58	146	0.414
	満足	45.5	42.9	47.4		満足	39.7	36.2	41.1	
	不満	54.5	57.1	52.6		不満	60.3	63.8	58.9	
観光	n	61	25	36	0.715	n	204	58	146	0.955
	満足	62.3	56.0	66.7		満足	48.5	43.1	50.7	
	不満	37.7	44.0	33.3		不満	51.5	56.9	49.3	
入浴施設	n	63	27	36	0.005	n	204	58	146	0.636
	満足	58.7	59.3	58.3		満足	51.0	46.6	52.7	
	不満	41.3	40.7	41.7		不満	49.0	53.4	47.3	
土産	n	64	27	37	0.209	n	204	58	146	3.635
	満足	62.5	59.3	64.9		満足	52.0	41.4	56.2	
	不満	37.5	40.7	35.1		不満	48.0	58.6	43.8	

単位：％、 χ^2

④ 近畿在住サーファーの頻度別による移住への関心

表 11 は生見地域への移住に対する関心との関係を示したものである。

移住に対する関心においては有意な差が見られた。「移住を考えたい」と回答したサーファーは、大会来場のビジターが 0.0%、リピーターが 6.7%、「条件が整えば移住も考えたい」はビジターが 3.8%、リピーターが 23.3%であり、「移住は考えていない」はビジターが 96.2%、リピーターが 70.0%であった ($\chi^2=6.596$, $p<0.05$)。対して休日来場のビジターでは「移住を考えたい」が 1.9%、リピーターでは 8.4%、「条件が整えば移住も考えたい」は、ビジターが 21.2%、リピーターが 35.1%であり、「移住は考えていない」はビジターが 76.9%、リピーターが 56.5%であった ($\chi^2=7.204$, $p<0.05$)。

表 11 来場目的及び来場頻度による近畿在住サーファーの移住への関心

		近畿								
目的		大会			χ^2		普通休日			χ^2
頻度		全体	ビジター	リピーター			全体	ビジター	リピーター	
移住	n	56	26	30	6.596*	n	183	52	131	7.204*
	移住を考えたい	3.6	0.0	6.7		移住を考えたい	6.6	1.9	8.4	
	条件が整えば 移住も考えたい	14.3	3.8	23.3		条件が整えば 移住も考えたい	31.1	21.2	35.1	
	移住は考えて いない	82.1	96.2	70.0		移住は考えて いない	62.3	76.9	56.5	

単位：%、 χ^2

* $p<0.05$

図 10 は、大会時の近畿在住サーファーの移住への関心をビジターとリピーター別に表したグラフであり、図 11 は休日時のものである。

「移住を考えたい」、「条件が整えば移住も考えたい」を移住に関心のあるグループとすると、大会来場のリピーターでは 30.0%、休日来場のリピーターでは 43.5%を占めており、移住に対する関心はリピーターがビジターよりも割合が高い傾向にあることから、ビジターからリピーター、リピーターから移住者への流れの存在を示唆すると考えられる。また休日時の方が大会時より移住に関心のある割合が多いことから、日常的に生見に来ている人の満足度を上げることが移住に繋がる可能性が高いと考えられる。

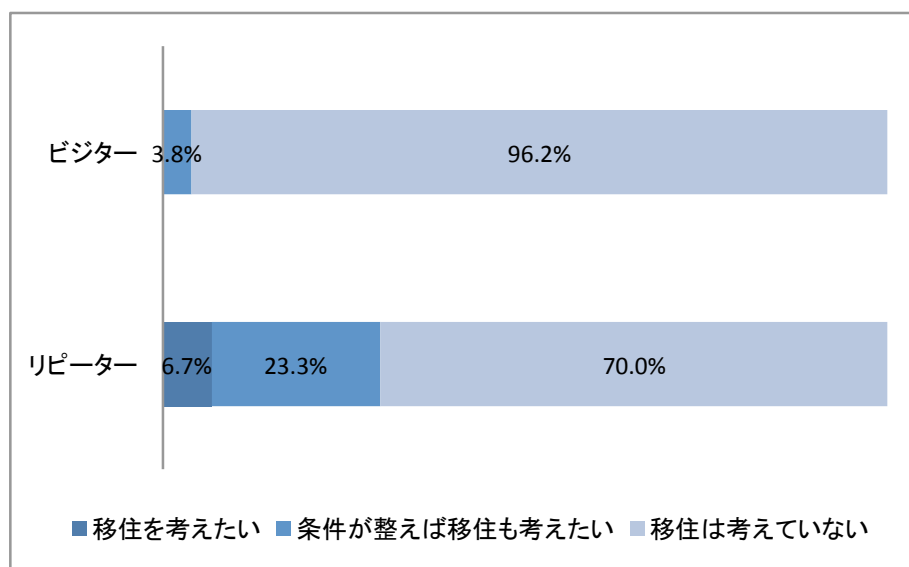


図 10 大会時の近畿在住サーファーにおけるビジターとリピーターとの移住に対する関心

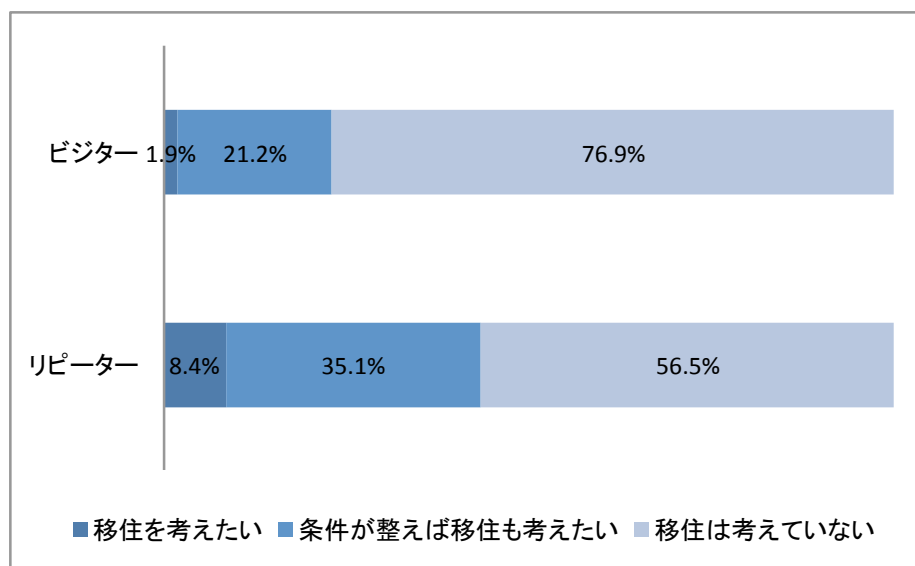


図 11 休日時の近畿在住サーファーにおけるビジターとリピーターとの移住に対する関心

⑤ SNS を用いた情報共有の把握

SIPS モデルでは個人の情報共有が他者の行動に影響することを示しており、表 12 は近畿在住サーファーの SNS を用いた情報共有の分析結果である。

大会時は有意な差が見られなかったが、ビジターでは「生見で滞在中に投稿」が 47.1%、「帰宅して投稿する予定」が 17.6%、「投稿する予定はない」が 35.3%であり、リピーターでは「生見で滞在中に投稿」が 33.3%、「帰宅して投稿する予定」が 16.7%、「投稿する予定はない」が 50.0%であったことが明らかになった。ビジターでは 6 割以上、リピーターでは 5 割が SNS に投稿していることがわかる。休日時には有意な差が見られ、ビジターでは「生見で滞在中に投稿」が 16.6%、「帰宅して投稿する予定」が 4.2%、「投稿する予定はない」が 79.2%であり、リピーターでは「生見で滞在中に投稿」が 24.6%、「帰宅して投稿する予定」が 14.9%、「投稿する予定はない」が 60.5%を占めており、ビジターでは約 2 割、リピーターでは約 4 割が SNS への投稿を行っており、大会時と比較すると投稿する割合は低くなっていることがわかった ($\chi^2=6.272$, $p<0.05$)。

表 12 来場目的及び来場頻度による近畿在住サーファーの SNS の利用状況

目的 頻度		大会			χ^2	近畿			χ^2
		全体	ビジター	リピーター		全体	ビジター	リピーター	
SNS	n	35	17	18	0.858	n	182	48	134
	生見で滞在中に投稿	40.0	47.1	33.3		生見で滞在中に投稿	22.5	16.6	24.6
	帰宅して投稿する予定	17.1	17.6	16.7		帰宅して投稿する予定	12.1	4.2	14.9
	投稿する予定はない	42.9	35.3	50.0		投稿する予定はない	65.4	79.2	60.5

単位：％、 χ^2

* $p<0.05$

⑥ 頻度別に見る近畿在住サーファー特性の特徴

大会時に訪れた近畿在住サーファーのビジターとリピーターとの違いは、ビジターは金曜日到着、リピーターは土曜日到着が各々6割を越えており、ビジターの場合来場回数が少ないため余裕を持った早めの到着を意識していると推察された。またビジターの消費金額はリピーターの約2倍であった。

休日時のビジターは日曜日到着が60.0%で最も多く、リピーターは土曜日到着が55.9%と一番多かったことから、ビジターは日帰りの傾向があり、リピーターは土日滞在の傾向がある。またビジターの消費金額はリピーターよりも1万円程度多く、大会時と同じくビジターの消費金額がリピーターの消費金額を上回っている。宿泊先は、大会時は車中泊の割合がビジター6割、リピーター7割を越えているのに対して休日時はホテル・民泊が各々約5割であることから、大会時来場者は宿泊費の軽減、早朝の到着を要因として車中泊を選択するサーファーが多い傾向があると考えられる。また休日時の来場は週末であることからサーフィンを含めたツアーとして来場しており、非日常性を求めたリラックスした海辺での滞在を行う傾向にあると考えられる。

また移住への関心は、休日来場サーファーの方が関心が高く、特にリピーターでは「条件が整えば移住も考えたい」との回答割合が35.1%であることから、リピーターの必要な条件を明らかにする必要性がある。頻度とSNS利用状況では、大会時は投稿するサーファーのうち生見で投稿する割合が高く、リピーターよりもビジターの方が投稿する割合が高かった。休日時は大会時と比較して投稿する割合が低く、投稿する割合はビジターは約2割、リピーターは約4割であり、休日時のSNS投稿促進に向けた手だてが必要である。

3) 頻度別に見る近畿在住サーファーの評価比較

ビジターからリピーターに変遷する過程における要因を明らかにするため、近畿在住サーファーを来場回数によってビジターとリピーターとの2群に分け、生見海岸のサーフィン・ツアーに関する評価を比較する。各項目の5件法で得られた回答値を間隔尺度とみなして両群の平均値を算出し、回答カテゴリ1から5の中央値である2.5を0基準として標準化し、評価の方向性を明確にした評価値で比較したものが、表13である。

アクセス、波の品質、景観、宿泊施設、食事飲食店、コンビニ、観光、入浴施設、土産の項目では平均値が高いほど評価は高いとする。

表 13 来場目的及び来場頻度による近畿在住サーファーの生見海岸の評価比較

近畿						
目的 頻度	大会		χ^2	普通休日		χ^2
	ビジター	リピーター		ビジター	リピーター	
アクセス	n	28	38	58	146	0.056
	平均	2.36	2.68	2.53	2.53	
	評価値	-0.14	0.18	0.03	0.03	
波の品質	n	28	38	58	146	0.297
	平均	3.25	3.37	3.21	3.18	
	評価値	0.75	0.87	0.71	0.68	
景観	n	28	38	58	146	0.309
	平均	3.46	3.50	3.48	3.45	
	評価値	0.96	1.00	0.98	0.95	
宿泊施設	n	26	36	58	146	-0.734
	平均	3.00	3.08	3.12	3.22	
	評価値	0.50	0.58	0.62	0.72	
食事飲食店	n	28	38	58	146	-1.485
	平均	2.82	2.89	2.67	2.90	
	評価値	0.32	0.39	0.17	0.40	
コンビニ	n	28	38	58	146	-1.193
	平均	2.32	2.50	2.17	2.36	
	評価値	-0.18	0.00	-0.33	-0.14	
観光	n	25	36	58	146	-1.286
	平均	2.48	2.81	2.26	2.47	
	評価値	-0.02	0.31	-0.24	-0.03	
入浴施設	n	27	36	58	146	-1.764
	平均	2.78	2.69	2.34	2.63	
	評価値	0.28	0.19	-0.16	0.13	
土産	n	27	37	58	146	-0.686
	平均	2.70	2.89	2.24	2.63	
	評価値	0.20	0.39	-0.26	0.13	

単位：％、 χ^2

① 近畿在住サーファーの大会参加者の来場回数の比較からみた生見海岸の評価の特徴

大会時に生見に来場した近畿在住サーファーを来場回数によってビギナーとリピーターとの2群に分け、生見海岸のサーフィン・ツアーに関する評価を比較したものが図 12 である。

各評価項目間の比較からの全体的な傾向を取り上げてみると、両群とも「景観」(ビギター+0.96:リピーター+1.00)が最も高い評価となっており、次いで、「波の品質」(ビギター+0.75、リピーター+0.87)が高い評価を得た。これらは来場回数に限らず、生見海岸におけるサーフィン・ツアーのコア資源であり、生見におけるサーフィンの魅力の根幹を形成していると考えられる。

一方で評価の低い項目では、ビギターの「コンビニ」(-0.18)、「アクセス」(-0.14)となった。また、リピーターでもこれらの項目は他の項目に比べ低い評価となった。生見海岸の近辺にコンビニがないため、夜移動してくる近畿在住サーファーにとって手軽な飲食物や嗜好品、雑貨の購入ができない不便さが評価を下げる要因となっていることがうかがえる。また、生見海岸までは近畿地方からは車で3~5時間程度の時間とコストがかかるためアクセスの不便さは打ち消しようがない。これらの負担感は、生見の景観や波といったプラスの評価の対立軸として存在していると思われる。

来場回数が多くなることでの評価が高くなっている項目では、「波の品質」(+0.75→+0.87)、「景観」(+0.96→+1.00)、「宿泊施設」(+0.50→+0.58)、「食事飲食店」(+0.32→+0.39)、「土産」(+0.20→+0.39)である。また、評価が低かったものが好転している項目では「アクセス」(-0.14→+0.18)、「コンビニ」(-0.18→0.00)、「観光」(-0.02→+0.31)とである。これらの結果から生見海岸への来場回数が増えていくことで、生見海岸の波、景観、宿泊、食事飲食店、土産の魅力が高まり、それとともにアクセスが悪いという印象やコンビニが近くになく不便さといった負担に対する評価が改善されていることが窺える。また来場回数が多くなることで評価が下がる項目は、「入浴施設」(+0.28→+0.19)である。

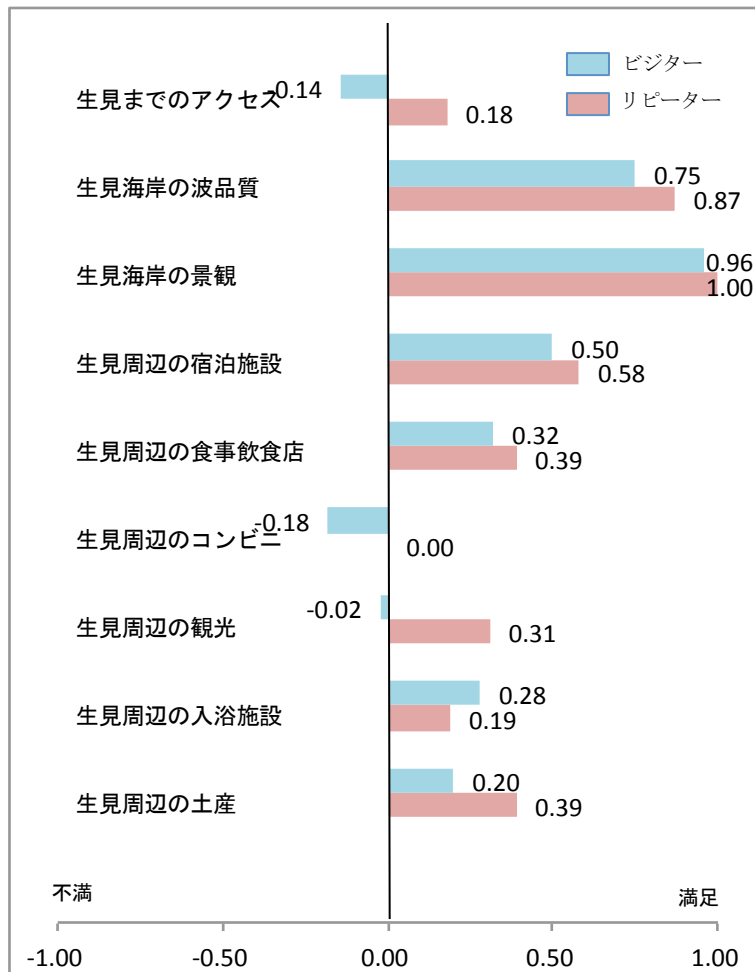


図 12 大会来場サーファーにおけるビジターとリピーターとの生見海岸の評価の変化

② 近畿在住サーファーの休日来場者の来場回数の比較からみた生見海岸の評価の特徴

大会等イベントの無い休日に生見に来場した近畿在住サーファーを来場回数によってビギナーとリピーターとの2群に分け、生見海岸のサーフィン・ツアーに関する評価を比較したものが図13である。評価の全ての項目において統計的に有意な差は見られなかった。

まず、各評価項目間の比較からの全体的な傾向を取り上げてみると、両群とも「景観」(ビギナー+0.98：リピーター+0.95)が最も高い評価となっており、次いで、ビギナーは「波の品質」(+0.71)、「宿泊施設」(+0.62)が高い評価を得た。リピーターにおいても「宿泊施設」(+0.72)、「波の品質」(+0.68)が高い評価を得ており、大会時の場合と比較すると、波の品質、景観、宿泊施設に対して評価が高い点は類似していた。

評価の低い項目では、ビギナーは「コンビニ」(-0.33)、「土産」(-0.26)、「観光」(-0.24)、「入浴施設」(-0.16)となった。また、リピーターでは「コンビニ」(-0.14)、「観光」(-0.03)がマイナスの低評価となった。ビギナーにとっては来場頻度の少ない経験から、生見周辺の施設を把握できていない様子が予想される。また「アクセス」に対する評価は、ビギナー、リピーターともに評価値が+0.03であることから、差が見られなかった。

また来場回数が多くなることで評価が高くなっている項目では、「宿泊施設」(+0.62→+0.72)、「食事飲食店」(+0.17→+0.40)であり、評価が低かったものが好転している項目では、「入浴施設」

(-0.16→+0.13)、「土産」(-0.26→+0.13)である。これらの結果から、滞在を通して宿泊施設や食事飲食店等現地の情報が増えることで満足度が高くなる傾向にあると考えられる。

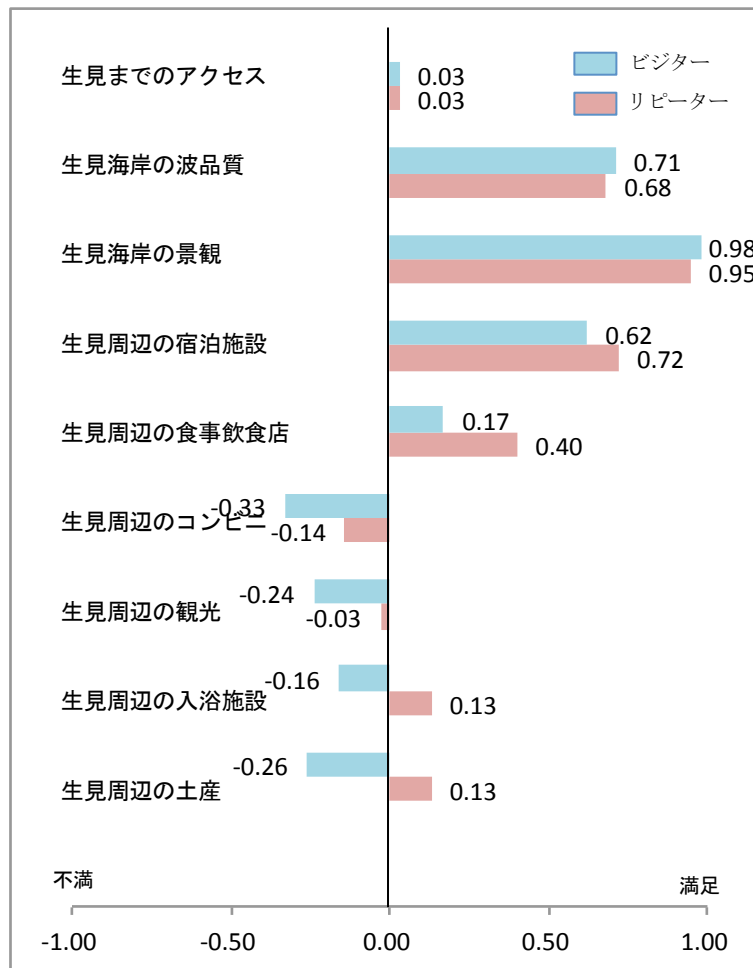


図 13 休日来場サーファーにおけるビジターとリピーターとの生見海岸の評価の変化

③ 頻度別に見た近畿在住サーファーの生見に対する評価の特徴

評価の傾向としては、大会時は入浴施設を除く全ての項目においてビジターよりもリピーターの方が評価が高くなっており、特にアクセス、コンビニ、観光においてはビジター評価では中央値よりも低かったものがリピーター評価では中央値よりも高くなっており、来場頻度の向上によりアクセスやコンビニなど急速な改良が難しいハードコンテンツに対する満足度が上がっている。

休日時では波の品質と景観以外はビジターよりもリピーターの方が評価は上がっており、特に入浴施設と土産の評価が好転していることから、来場頻度の向上に伴い周辺施設や土産など地域に関する情報を獲得していると考えられる。またコンビニと観光に対する評価がビジター、リピーターともに中央値よりも低いことから、コンビニが海岸から遠いことに対する不満、観光に関する情報を得られる機会の不足が課題であると考えられる。

4) ビジターからリピーターへ変遷することによる生見の資源への評価の変化と課題

大会時、休日時では、ともに頻度が移動・宿泊にかかる消費金額に影響を与えており、近畿在住者であることを加味すると、リピーターよりもビジターは宿泊に出費していることからビジターの消費金額がリピーターよりも高くなっていると考えられる。

評価に関しては、全体的に波の品質、景観、宿泊施設は評価が高く、これらの魅力がサーファーが生見を訪れる理由となっていることが推察される。対してアクセス面や、コンビニ、入浴施設などの周辺施設、観光、土産などの地元特有のサービスに対する評価が低い。生見特有の自然資源、サーフィンツーリズム特有の非日常性に対する魅力がハード面に対する不満足や負担感を緩和させていると考えられる。

ビジターとリピーターを比較すると、リピーターの消費金額が少額であることから、リピーターは来場回数を増やすために消費金額をできるだけ抑える傾向が見られる。リピーターにとってサーフィン技術のレベルアップや非日常体験が来場目的の中核を担っており、技術上達や経験のためにアクセスの不便さを必要条件として受け入れ、サーフィンを取り入れた生活こそ自分らしい過ごし方として認識していることが窺える。来場頻度の向上によって技術向上や感動経験を積み重ねることでまた行きたいと考えるようになり、ビジターからリピーターに変遷していくと考えられる。

また移住に関してはビジターよりもリピーターの移住関心が高いことから、リピーターの移住に対する条件や課題を明らかにする必要がある。SNSの利用状況については休日時に来場したサーファーよりも大会時に来場したサーファーの方が投稿する割合が高いことから、大会などイベントの開催がSNSを用いた生見の情報発信につながると考えられる。

V. 研究 2

1. 目的

研究 1 では、生見を訪れるサーファーのうちビジターからリピーターに移行する過程で、波の品質や景観など生見特有の資源に対して高く評価しており、評価の低いアクセスや周辺施設などハード面に対する負担感を緩和していると考えられた。移住に対する関心がビジターに比べリピーターの方が高いことが明らかとなった。また、サーフィンを目的としたサーファーの生見への来場は経済面においても生見を活性化させる要因となっていることから、今後もサーファー誘致の需要はあると考えられると同時に、一過的ではなく長期的なサーファーの滞在は、人口減少が問題視されている生見周辺地域において、地域再興に向けた良策であると考えられる。研究 2 では、リピーターから移住者となる移行過程におけるプロセスモデルを構築し、生活におけるサーフィンの位置づけの変容や移住に移るまでの課題を明らかにすることを目的とする。

2. 方法

1) サーフィンを起因としたライフスタイル移住

ライフスタイル移住は、比較的豊かで特権のある人々の移住に関する考え方の一つとして捉えられてきた。特に、ライフスタイル移住の概念的枠組みは、「より良い生き方の探究」と「移住の背後にある動機」に焦点があてられている。Benson (2016)³⁵⁾は、「生きる場所を意識的かつ意図的に選択するという動機」に焦点を当てている。この点において、難民等の移住研究における経済的特徴の定量的分析を狙った枠組みとは違い、「どのように生きるのか」、この動機と移住のプロセスに注目していく特徴がみられる。

ライフスタイルの概念を支持する背景には、移住を通して特定の生き方を追求する明らかな「自由選択」が、その後の移住のアイデンティティ形成の中心であり、生活の質の向上が重要な目的のひとつとなっていることが理由にあげられる。移住の目的地は、今まで生きてきた残された土地とは対照的であり、今までになかった生活の質が改善される価値が、目的地の自然環境や文化的環境に結びつくことが重要である。

サーフィンのようなアウトドアスポーツの経験価値は、日常生活から離れた自然の海岸で波のある場所で体験され記憶として構成される。そのため、その非日常性はサーフィンという特別な空間と場所性を構築する。日常生活でおきるストレスやフラストレーションから逃れ、その空間でしか味わえない身体感覚や自己実現はサーフィンの魅力として記憶に積み重ねられる。その記憶に留められている心地よい感覚は、サーフィンができる場にもう一度移動したいという欲求を生み出す。「波に乗りたい」という欲求を充足しようとするリピーターの観光行動の習慣化によって、サーフィンはライフスタイル化されていく。日常から解放されサーフィンだけに没頭できるサーファーの経験価値が高まると、日常的にサーフィンができる土地に移って暮らすことに憧れを抱くようになる。それが今しかできない自分らしい生き方につながるライフスタイルを獲得したいがために移住を考えるようになる。

研究 2 における検討課題としては、このようなサーフィンに起因したライフスタイル移住という選択には、対象者の過去から現在までのサーフィンに関わるライフストーリーの変容過程を明らかにし、それに対する経験価値と移動性との関係に着目する。

2) プッシュ要因及びプル要因の定義

高橋(2014)³⁶⁾によると、移住研究において最も影響力を持つのがプッシュ・プル理論であり、移民の送り出し要因をプッシュ要因、受け入れ要因をプル要因として人の移動を説明している。経済的な格差が人の移動を生み出す要因であり、また移動は個人的な意思による合理的な行動であるとされている。しかし宮島(2015)³⁷⁾は、発展途上国から先進国への人口移動において最貧国よりも中所得国からの移出率が高いことと、移民の多くが中流の社会的地位の人々であることから、移動は必ずしも貧しい地域から起こるとは言えないことを指摘している。

経済的な格差のみが人の移動を動機づける要因ではないとする研究がある中で、ライフスタイル移住では、住環境から仕事・余暇の過ごし方、人生の生き方まで含む広義の「ライフスタイル」がプル要因として設定される点が特徴であり、新しい移住と捉えられる(長友, 2015)³⁸⁾。Walmsley ら(1998)³⁹⁾の研究では、オーストラリア国内の沿岸部への移住について、住環境、気候、ゆったりとした生活リズムなどのプル要因が、経済的動機や経済的要素とされるプッシュ要因よりも重要な要素と捉えられている。

これらの先行研究から、サーフィンを目的として移住するサーファー型ライフスタイル移住では、主に経済的動機や経済的要素をプッシュ要因とし、サーフィンを取り入れた生活に対する願望や非日常性への憧れをプル要因と捉える。また移住の意思決定に関わる重要な要因として特にプル要因に着目し、移住要因を明らかにする。

3) 県外及び地元サーファーと地元住民との関係性

本研究では東洋町における県外及び地元サーファーと地元住民との関係について図 15 のようなモデル図を作成した。生見海岸を利用するサーファーを、地元（ローカル）のサーファーと県外のサーファーに分けることができる。海面は公共財であり誰もが公平に利用できるが、地元サーファーにとって地元海岸はホームであり県外サーファーはよそ者である。県外サーファーが都会の異文化をそのまま持ち込んで滞在行為のマナーが悪かったり、近隣住民に対する配慮が不足したりすると地域住民と対立関係や軋轢が生まれやすい。地元住民の生活圏とはかけ離れたところにサーフィンがよそ者文化として存在していることになる。サーフィンを観光産業としてよりその質を高めていくための地域課題としては、地域住民がサーフィン文化を理解することが重要である。サーフィンは地場産業の一つであり県外サーファーとの交流を深めることが地域活性化につながるという実利を示さなければこの軋轢の溝は埋まらない。その仲介役として期待されるのは、地元サーファーがホストとしてビジターサーファーをもてなし、住民との交流の機会や他の観光資源と結びつけるチューター機能を備え地域マネジメント力を育成していくことであると考えられる（図 14）。

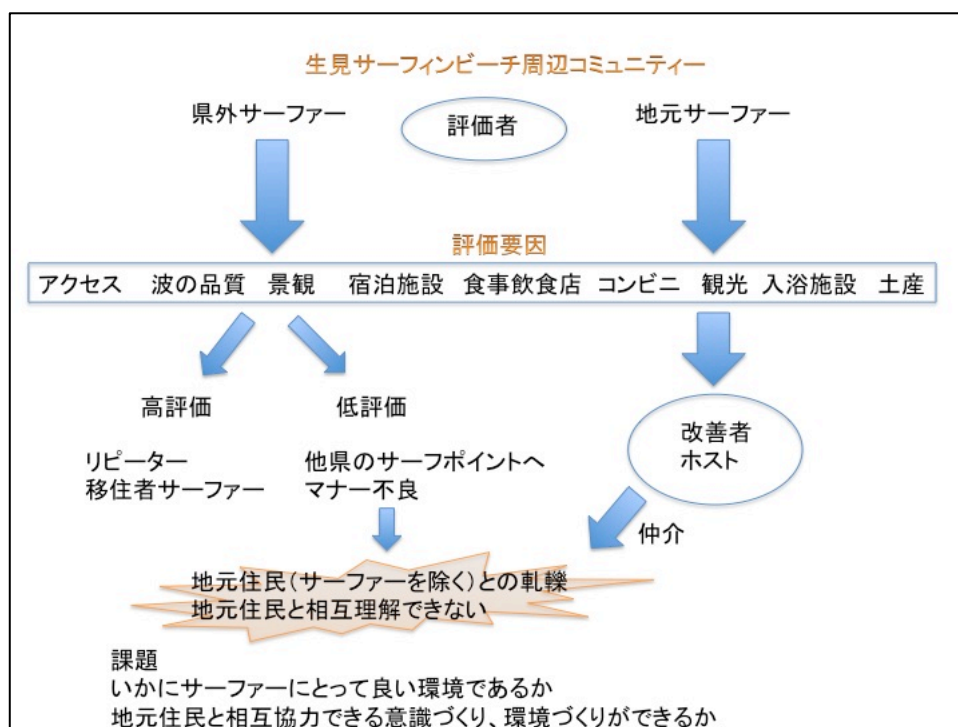


図 14 生見サーフィンビーチ周辺地域におけるサーファーコミュニティモデル

4) 調査設計

研究 2 の流れを図 15 に示した。まずインタビュー対象者を選定しインタビューを行い、移住の動機や移住前後の変化や移住後の地域との関係性を明らかにする。次にグラウンデッド・セオリー・アプローチに則りインタビュー内容から読み取れる移住に対する評価を明らかにし、移住・定住における課題及び改善点を明らかにする。

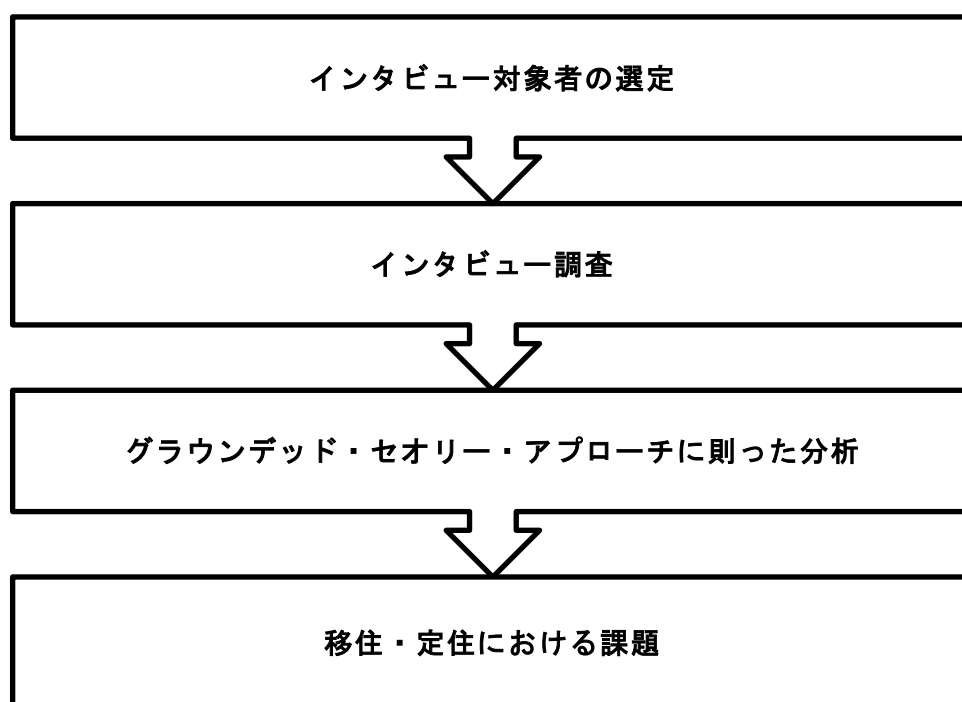


図 15 研究 2 の流れ

5) 分析枠組みの設定

本研究では、研究 1 で検討したビジターからリピーターへの変遷過程において SIPS モデルの共感から来場、そして共有に至るまでを参考にした。研究 2 では SIPS モデルにならない、リピーターから移住者への変遷過程を考察する。

リピーターから移住者に移る過程を、SIPS モデルを参考にし、分析枠組みを設定した (図 16)。まず他者からの働きかけや自己の経験から生見に対する共感や魅力を感じることを契機として、移住を検討する。実際に移住するまでには移住者の移住以前の生活やライフヒストリー、プッシュ要因及びプル要因をインタビューからその関係性を分析する。

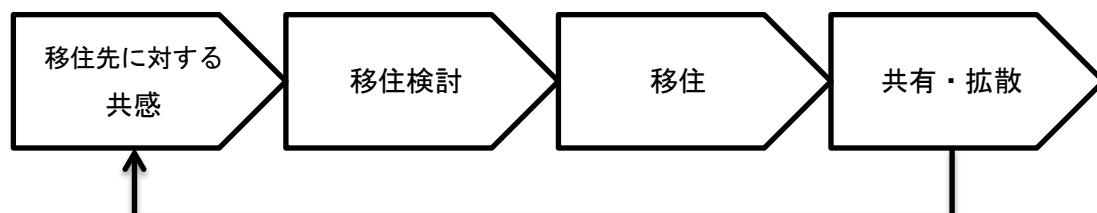


図 16 研究 2 の分析枠組

6) 調査対象者の検討

本研究では、長友(2015)⁴⁰⁾が分類するライフスタイル移住の行い手である新移民の共通点に着目して調査対象者を選定した。共通点は3点存在し、第一に「中間層における労働市場の流動性およびライフコース選択の柔軟性の増加が背景に存在する点」では、移住しなければ生きていけない様な経済的状況が直接的なプッシュ要因ではない移住であること、そしてライフコースの選択肢としてサーフィンができる生活を求めて移住していることを前提とする。第二に「『観光や滞在経験と移住のつながり』が 移住プロセスにおいて密接な関連性を持つ点」が挙げられることから、移住前に徳島県海陽町での滞在経験があるサーファーを対象としている。第三に「移住の意思決定や推進力をめぐる『想像力』の力が挙げられ、いずれの新移民のカテゴリーにおいても、個人が移住先や移住以降の生活について想像し、その想像力が意思決定における推進力となっている点」においては、地元での体験や見聞、SNSでの検索行動を通して移住前に予め海陽町の情報を収集していたことを指摘している。

上記の条件に合致した徳島県外から徳島県海陽町に移住したサーファー（かつ、徳島県出身ではない人）を対象とした。リピーターから移住に移る変遷要因を明らかにすることが目的のひとつであったことから、移住前は都市部から海へ通うリピーターサーファーであったことを条件として調査対象者を 2 名選定した。

調査対象者の詳細な属性を図 17 に示す。両者とも移住は 2 回目（前は他地域）であり、サーフィンを目的のひとつとして移住してきたサーファーである。以前の居住地は両者共に都市部であった。

調査協力者	性別	年齢	出身地域	居住形態	在年数（年）
A	女性	30 代	関東	単身	2
B	女性	40 代	関西	単身	6.5

図 17 調査対象者概要

7) 実施日・実施時間・調査方法

調査実施日はA氏が平成29年11月12日、B氏が平成29年11月21日であり、面接に要した時間は平均で59分であった。半構造化形式でインタビューによる面接調査を実施した。調査者と調査対象者が1対1あるいは2対1で調査を行った。インタビューの会話は録音し、後日文字に起こした。

インタビュー調査では、調査者からサーフィンに関わる出来事を時間系列で質問し、対象者にはそれに縛られることなくライフストーリーを語ってもらい、それを録音して後日文字に起こした。

8) 分析方法

本研究では、インタビューから得られた会話データを、ライフストーリーとして筋立てして出来事の関係性を示せるよう解釈を加えていく。ライフストーリーとは語り手（対象者）と聞き手（調査者）とのインタビューの相互行為で語られるストーリーの異なる2つの位相で構造化されている。ライフストーリーの語りとは、〈いま〉の問い―応答の相互行為と、〈あのとき〉の〈ストーリー〉という時間の枠組みによって重層的に構成されているとする(桜井,2010)⁴¹⁾。

ここで得られた会話を文字に起こし、グラウンデッド・セオリー・アプローチの手法を用いてそれぞれの対象者の移住前から現在に至るまでのプロセスとして言語解釈を加え、その要因についてKJ法を使って図にまとめた。グラウンデッド・セオリー・アプローチとは、「データを基にして分析を進め、単なるデータの要約にとどまらず、データの中に出てきた現象がどのようなメカニズムで生じているのかを示す『理論』を産出しようとする研究法」であり、また「データから概念を抽出し、概念同士を関連づけようとする方法」である(戈木,2014)⁴²⁾。

桜井(2010)⁴³⁾は、語ることは、連続している時間を分離し、習慣的な時間の単位である、時期、年代、時代に分けて、その内部に出来事を位置づけることであるとする。語りは、時間的つながりだけでなく空間的な広がりを持ち、出来事は同時に意味や経験が異なる領域で生起し、それらがそれぞれの別の時間帯や時代における同一領域の意味や経験づけられて一連の出来事になっているとする。

語り手（対象者）が、ストーリーの入口でこれから話すストーリーを要約したものを〈摘要〉とする。時空間や登場人物、状況を特定する指標となるものを〈方向づけ〉とする。行為の結果を述べたものを〈結果〉とし、語り手の現在の時空間へ連れ戻すものを〈終結〉とする。これら一連の過程が典型的な語りとする。

この手法を用いて移住前から現在に至るまでのプロセスを図示することにより、移住前後の生活および心情の変容を明らかにした。

3. 結果及び考察

1) A 氏のケース

移住前の居住地での生活、1 回目の移住先での生活、2 回目の移住先（海陽町）での生活に場面を分けた上で、考察を行う。

A 氏は大学生のときに家族の影響でサーフィンを始め、1 年経つと上手く乗れるようになったことで段々とサーフィンに惹かれ、週に 1 度の頻度で千葉に通っていたリピーターである。大学卒業後は都内で事務員として勤務していたが、移住前の仕事内容の具体的な説明から仕事中心の生活に疲れを感じており、忘れがたい苦痛であったことが読み取れる。そのような生活の中で最初の移住先となる場所で開催される大会に誘われ赴くことがきっかけとなり、そこでの非日常的なサーフィン中心の生活を自身の日常と対比したことでよりそこに居たいという、非日常的な生活への憧れが増幅したと考えられる。

1 回目の移住先ではホテルのウェイトレスとして働きながら、平均週 3 回サーフィンをを行うサーフィン中心の生活を送っており、移住前の仕事中心の生活とは異なる、サーフィンや仕事以外のことに充てられる時間を重んじた生活に転じていることが読み取れる。また移住先のプラス要因としては、水の綺麗さを挙げており、この発言からも移住前の生活では非日常であった海や自然が身近にある生活を理想とし、それが達成できることの喜びと充実が読み取れる。

1 回目の移住が定住に移れず挫折してしまった要因としては、移住前の周囲の人間関係と移住後のそれとのギャップが大きいことが読み取れる。移住前は干渉し合わない距離感が当たり前であったが、移住後は移住先の生活コミュニティが移住前のものに比べて過干渉でそれに対応することができなかったと考えられる。

① 海陽町への移住の特徴

1 回目の移住先から元の居住地に戻った A 氏は、サーフィンに行く頻度が年 1～3 回という生活を送る。その生活では、見慣れた場所に帰ることができた安堵感、海の側から離れてしまった後悔の念、その地で一緒にサーフィンしていた移住者の仲間たちに自分が取り残されたような感覚など、様々な感情が湧き上がる。

移住先を訪れるきっかけ

【藍染め体験】

「藍染め体験できるっていうのを知ったんですよ。」

【SNS】

「フェイスブック。で、知って、あ、その前に、なんか沖縄で藍染めをしてる人みたいなのを見てたんです、ネットで。で、あの、工房あるんですかって聞いたらないって言われたから、あ、ないんだと思って、そしたらその人がいいねってやったのが X くん。・・・(中略)・・・あ、ここでできるんだ、と思って、あ、じゃあここ行こう、みたいな感じ。」(補足：「X くん」徳島県在住の藍染め関係者)

【サーフィン】

「サーフィンもあって。なんか海のあるどっか行きたいって思ったので。でたまたまそのなんか藍染め、青色が好きで、私、で海も好きなんですけど、で、それも見つけて、あ、海もあるんなら丁度良い、みたいな、感じで。」

「やっぱ普通に自分のところは海がないから普通に暮らしてたら、なんか、なんていうか、味わえないなにか。」

そのようなサーフィンとは離れた生活の中で2回目の移住先となる徳島県に訪れた契機は、藍染め体験への関心と、SNSでの繋がりであった。ここで注意しておきたい点として、1回目の移住ではサーフィンが移住のきっかけの大部分を占めていたことに対し、2回目の移住はサーフィンではなく藍染めへの関心が先行している点である。そして移住を見据えた来場ではなく、観光として訪れていることも1回目の移住と異なる点として挙げられる。

エージェントの存在

【海陽町でのおばあさんとの出会い】

「畑の手伝いしたらなんかホームステイっていうんですか、みたいな、していいみたいな言われて」

「1回目に」

「Y神社で、でなんか丁度お祭りの日だったんですよ。で、あの、他にも何人かでいたんですけど、その人がおばあさんと知り合いで、なんか、お家においでって言ってきて、なんかみんなでご飯食べに行って、で色々話したら、そういう流れになった」

「畑も全然やったこともなかったし、全然興味もなかったんですそれまで。」

「全然頭にないっていうか、全く関係無い暮らししてたから。でもそれでなんか手伝うようになって、楽しかったです。で、あ、畑って楽しいんだってそこで初めて知った感じです。」

移住先での出会い

【勤務先からのオファー】

「Z（現在の勤務先）の人から、こんな勉強というか仕事やりませんかって言われて、なんかそのきゅうりの農家が減っちゃうから増やす為に、なんていうんですか、新しい技術開発したり若い人が就農してくれるような、なんか盛り上げてくれみたいな。」

1回目の来場時に地元のおばあさんとの出会い、そこで畑仕事を手伝うという経験を経て初めて農業を経験し、その楽しさを感じる。それを契機としてその翌月、翌々月に約3週間ずつ滞在し、滞在中に現在の職場である農業関係者からの声かけもあり、移住を意識する。エージェントとなるおばあさんとの出会いを発端に農業に魅力を感じ、サーフィンをしながら農業を生業として生活する移住後のイメージが明確に描けたことが移住に踏み切る最たるモチベーションとなったことが読み取れる。

実際に移住に踏み切るまでの障壁としては家族の反対があったが、再び海の近くで生活ができるチャンスだと考え説得を続け、移住が決定した。

移住先のプラス要因

【空気感】

「なんか、居心地が良かったんでしょうね。」

（生まれ育ったところと比較して）「多分、全然違う。」

「自分らしく過ごせる」

【人との繋がり方】

「私そのグループとかも入ってないし、いつも飲みに行くわけでもないんですけど、なんかそういう、なんていうんですか、知り合い、友だちとはまた違う、なんていうんですか、そういうのが嬉しい。」

2 回目の移住のプラス要因における A 氏の移住における最も重要なキーワードとして、空気感という言葉が挙げられる。この空気感とは、A 氏が理想とする人間関係における干渉の度合いや、仕事をしながらサーフィンができる、肌にあった豊かな生活が送れている状況を包括して表現していると考えられる。ここにおいても 1 回目の移住先との比較を経て、仕事、人間関係、そしてサーフィンをはじめとする生活を豊かにする要素を、より自身に合ったバランスで配分した生活が送れることをひとつの条件として移住先での生活を確認していると考えられる。

サーフィンとの関わり方

【頻度】

「海はもうなんかそのときによって違うんですけど、1 年目は全然ちょっと仕事の責任とかあんまりなかったのすごいい行ってたんですよ。」

「週に 4、5。やっと住めたみたいな。海のところ住めたと思って、行ってた」

【サーファーとの交流】

「私結構ひとりで行くあれなので」

「あんまり。あの、ちょっと私グループとかちょっと苦手だったのかもしれない、あの駐車場とかで会ったら、おお元気、みたいな感じだけど、なんか常に一緒に行くとか、あんまりしてない。」

【勤務先にいないサーファー】

「いないです。」

「多分ひとりもないかも。」

【他の移住者との交流】

「私あんまり地元の人と結構仲良い感じで、あんまりその移住した人とあんまり交流してないかもしれない。」

「なんか自分の生活の自然の流れがなぜか地元の人とばっかり進んで、そのまんま、という感じですね。」

サーフィンと仕事に対する意識

【仕事での責任感】

「この 2 年はなんかすごい色々やることもあったし、なんか全部新しくて、大変なこともあったけど、楽しい方が上だったんですけど、やっぱ年数増えてくると仕事も色々な、なんていうんですか、負担ていうか、重みが加わってくるし、ちょっと大変になってきたなというのは最近感じてます。」

【仕事量の増加】

「段々なんか色々負担がかかってきて、ちょっと減ってます。」

「休みの日とか」

1 回目と 2 回目の移住とを比較すると、生活におけるサーフィンと仕事との時間配分及び優先順位に差異が見られる。1 回目の移住ではサーフィンを中心に置いた生活が理想であり、サーフィンに充てる時間を優先した職種を選択していた。それに対して 2 回目の移住では、仕事とサーフィンの双方に充実と意義を求めており、仕事を生活の中心とし、生活をより充実にする要素としてサーフィンを楽しむ、理想とする生活バランスを構築していると考えられる。

地域との関わり方

【阿波踊り】

「阿波踊りは好きで、あの踊るやつ、は、連に入って、海部、元海部町の連に入って、2年は続けてやってて、夏は祭りとか出たりして」

移住サーファーに対する地域の意識

【悪いイメージ】

「遊びに来たんか」

「サーファーの人の、まあある人の文句とか、ある人っていうか、なにかあったんでしょう、なんか色んな、暮らしの中で、とか、だからサーファーはみたいなこと言われたこともあるし、なんていうんだろう、何か色々。その、サーフィンしてても一生懸命仕事していい人もいっぱいいるのに、なんかやっぱりイメージが先行しちゃって、悪く言われるとか、もうサーファーっていうだけで、うわあみたいな、なんかそういう雰囲気を感じる部分があるから、残念だなあって。こうもっとうやって、なんていうの、みんなが入り交じれば、あっ別にサーファーはなんかイメージ悪かったけど良い人多いじゃん、みたいなになったら良いなっていつも思います。」

過去の居住地との比較

【地元サーファーの少なさが招く地域の理解の欠如】

「あのちょっと S（以前の移住先）とこちらで違うなって思ったのが、なんか S の人は結構地元の人がサーファーで、で、なんていうんですか、えっと、地元がこう理解あるというか、サーファーに対して。で、ウェルカムっていうか、多分みんな、っていうのがあるような気がするんですけど、なんかあの地元の人が少ない、やってる人が、少ないかなと思ったんですよ。」

「なんで S とちょっと違うんだろうって思ったら、地元の人があんまりやってないから、その、なんかサーフィン、サーファーに対しての目線みたいなのがちょっと厳しいときがあるなあって。」

地域とサーファーの関係性は地域によって異なり、サーフィンに対する地域の意識はサーファーの態度が大きく影響してきていると言える。サーファーが良く言われたい場面にも遭遇することが A 氏の発言からも読み取れる。この問題はこの地域に限らず、村田(2012)⁴⁴⁾によると、千葉県鴨川市では地元漁業者とサーファーとの軋轢が存在し、それは海という資源における漁業者とサーファーの地域空間の認識枠組の相違から生み出されるものであるとされている。

移住先のマイナス要因

【派閥】

「なんか私前は S の時とかはショップに入ってたっていうか」

「あっそう、なんか、このショップはこの浜とか、ありますよね。」

「ちょっと苦手だったんです、そういうのが。」

【交通の不便】

「あの普段普通に生活する分には全然スーパーもあるから大丈夫なんですけど、なんかこう、なんか人にプレゼントをあげるってときがあって最近、それでお店ないから小松島まで車で行ったりとか。そういうところはちょっと不便かなって思いましたね。地元だったら自転車ですぐ行けばすぐデパートが行けちゃったから。」

移住先におけるマイナス要因としてもまた、サーファーに対する地域の姿勢がひとつとして挙げられる。サーファー間においても地元で馴染んだサーファー、移住者サーファーなど立場の違いによって価値観が異なりその差異から軋轢が生じていると読み取れる。

また交通の不便は研究1でも課題として挙げられており、やはり主要市街地から距離がある地域特有の課題として、この特性を前提として課題解決に向けた政策提言が求められると考えられる。

地元との比較

【地元にはないもの】

「でなんか海から、こう山見るの角度とかが感動しちゃったりします。ああこれは帰ったらないな、とか。」

【おすそわけ】

「色んな人が色んなのをくれて、なんか1番嬉しかったのがお米。お米をまだ1回も買ってないので。なんか色んな人が、ちょうどなくなりそうになると、なんかタイミング良くくれるんですよ。」

【人間関係】

「私のほんと地元って、ほんと友だちだけとか、同級生でも仲良い子だけとか、狭いつていうか、けどなんかその海沿いのこういうところだと色んな人知り合いみたいな。顔があったら、おお元気、頑張ってるかとか、なんかそういうのがあの心地良いのかな、とか。」

移住前の居住地にはない海が側にある生活を求めて移住したA氏は、移住先で海以外に人間関係において充実した経験をしたことが読み取れる。地元の人からの食物のおすそわけや、程良い距離感のある人間関係など、今までにはない初めての経験として地域特有の空気感に馴染んでおり、生活しやすい環境を、他者を含めて構成していると考えられる。

定住できない

【年齢から来る不安】

「年数経ってくると、ちょっと色々考えちゃうこともあって、現実で、まあ年齢とか。20代のすごい若かったら多分10年ぐらいまだ居てもいいかなとか思うけど、ちょっと考えてきてるの部分もありますね。」

「多分、1番もしここからどっか行くと可能性高いのは多分地元に戻るだと思うんですけど、でも10年間ずっとああ海のところが良かったと思ってきたのに帰ったら後悔するかなとか、何か色々。私勢いでほんと考えないで来ちゃったから今ちょっと、ちょっと考えはじめてるって感じです。」

実家での生活予測

【サーフィン頻度の減少】

「多分帰っちゃったら遠くなるんで、なんか運転とかも、多分一緒に行く人もいないからひとりで行くかなって思っちゃう」

【後悔】

「やっぱ海良かったってなって後悔する日々だったらここに居たいなとか、なんか色々ちょっと考えちゃう。」

定住ができない理由として、将来の生活が不透明であることが読み取れる。海の側で生活したいという願望を主に移住した A 氏にとって、移住は理想的で非現実的な生活に踏み入る事象ではあるが、定住とそれは全く異なる。今後の人生設計を検討する時期でもある中で、海の側での今の生活が非日常であるという認識があるということが定住するか前の居住地に帰るかの選択を迫らせている要因であると考えられる。

地域に対する今後の展望

【地域とサーファーの関係構築】

「もっとこう分かりあってというか、融合したらいいのになっていつも思います。そしたら色んな駐車場とかもなんか快くっていうか、もう色んなことがもっと上手くいってもっと色々良い方向に行くのになあって思ってる。」

【地域の人の就農】

「私も仕事上なんかこう移住者を増やすっていうプロジェクトのあれなんですけど、・・・(中略)・・・地元の人を私は、やってほしいっていうか、とか U ターンとか、してほしい」

「そんな外ばかりに目向けてないでまずは地元の人を、なんていうんですか、盛り上げなきゃっていうか、しなきゃいけないよねって。」

A 氏は地域を以前の居住地域等と比較できることから、地域の外からの新たな視点を持って地域を俯瞰していることが読み取れる。特有のサーファーの人間関係の改善や地元の人々の就農願望は、他地域から来たからこそ見える地域の魅力を地域の中から実感して大切にしてほしいという地域への希望が現れていると考えられる。

② A 氏の移住プロセス

図 18 は A 氏の移住関連図である。A 氏は前居住地では主に千葉の海岸に通っており、そこでリピーターとして得た経験価値が基となり、海の側での生活を非日常に対する憧れが生じ、それがライフスタイル移住を実行する原動力になっている特徴がみられる。1 回目の移住では移住先の海水の美しさから自然に魅力を見出し、サーフィンができる生活を求めて移ったため、サーフィンが生活の中心であり、仕事に関してはサーフィンを前提に置いた選び方をしていたと考えられることからサーフィンができる生活を支えるための最低限の要素であったとされる。しかし生活の過程で人間関係における過干渉、地域との関係性の構築などが移住地から外に出る要因となるプッシュ要因となり、1 度は移住を諦めまた移住前の居住地に戻った。しかしそこでの生活においても非日常であるサーフィンができる環境での生活に対して憧れる気持ちがあったと同時に、以前の移住を経験価値として比較した上でプル要因であるエージェントの存在や気負いなく生きていける自分に合った地域特有の空気感に惹かれ、2 回目の移住である海陽町への移住を決断している。また過去のリピーターとしての経験や移住経験は「サーフィン経験が生み出す身体的記憶」として捉えることができ、この記憶は今回の移住以降に影響を与えると考えられる。海陽町での生活では生活の基盤となる仕事を確立した上でサーフィンを余暇時間に楽しむことができていることから、サーフィンは生活の中心ではないが、仕事と両立しながらサーフィンを楽しむ生活を実現することは十分可能であると考えられる。

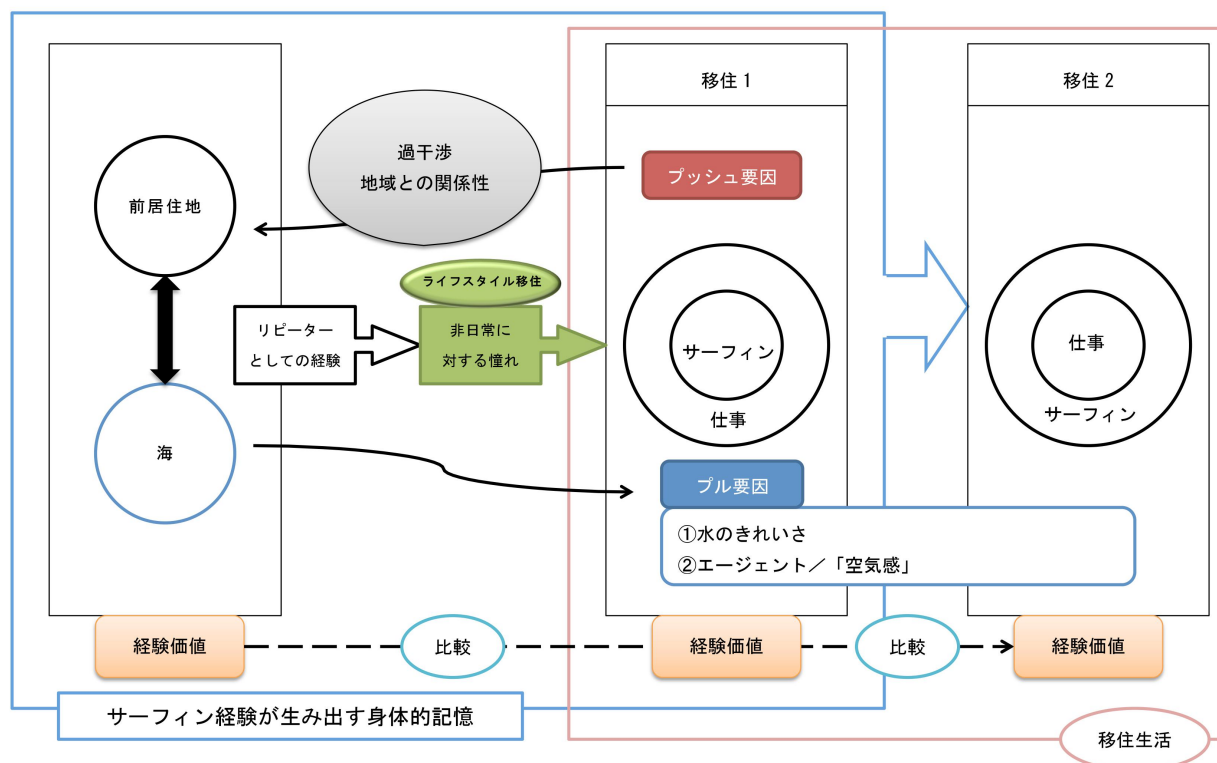


図 18 A 氏移住関連図

2) B 氏のケース

移住前の居住地での生活、1 回目の移住先での生活、2 回目の移住先（海陽町）での生活に場面を分けた上で、考察を行う。

B 氏は 16 歳の頃に今の夫の誘いでサーフィンを始め、学生時代は月 2 回のペースで車を持つ夫の兄に同行する形で時間面、金銭面から近場であった近畿エリアに行くことが多く、そこからアクセス面の利便性が重要視されてきたことが読み取れる。同じくサーファーである夫との結婚後も、W（移住前の居住地）からアクセスの良い近畿エリアを主にサーフィンをしており、海がない地域に住むサーファーにとって、アクセスの便は最重要であることが考えられる。

B 氏は結婚、出産を経て、仕事状況の変化をきっかけに家族で 1 回目の移住をする。移住先の決め手としては海の側に行きたいという願望であり、仕事を含む生活の変化が移住を促す要因であったことが考えられる。また最初の移住先が四国でなかった理由として挙げられるのはアクセスの不便であり、やはり遠い場所、不便な場所という負の印象があったことが移住の候補地として発想できない原因であったと推測できる。

1 回目の移住が定住に移れず挫折してしまった 1 番の要因は、収入の低さであったことが読み取れる。家族で移り住んでいたこともあり、生活する上で収入が最も重要視されることは想像されるが、やはりサーフィンができる環境を求めて移住したということから、サーファー型ライフスタイル移住の目的はサーフィンであり、特徴であると考えられる。

① 2 回目の移住先（海陽町）

1 回目の移住先から W に戻り、車で海に通う生活が再び始まった。その頃 B 氏の子どももサーフィンをするようになり、家族で各地の海に向かうようになる。

移住の決めて

【従来からの願望】

「海のそばに住みたいっていうのはずっとあったから、まあサーフィン始めてからやけどね。でも元々なんか、あの、田舎はこう小っちゃいときからほら、田舎、おばあちゃんのお家遊びに行ったりとかも田舎やったし、なんかこうこういう静かなところは好きやから。」

【高校の存在】

「海部高校あったから、海部高校に行く為に、海部高校があったからここに来たっていうのもひとつあるかな。」

「実食じゃなくてここにしたのはやっぱり海部高校に自分で行ける距離が良いと思って。」

移住先でのサーフィン

【他ポイントとの比較】

「C とかは、W から遠くはないけど、なんかやっぱり波もそんなに良くないよね。」

「寒い、水冷たくて。めっちゃにおい臭いやん。あのにおいがちょっと。でそれ、もう私 E は波が悪いからもともと好きじゃない、人も多いし。ほんで四国来たら四国はすごいやっぱり好きやったから、あの一、遠いからなかなか来れへんかったけど、来たらすごい土地的には好きやったから。ほんでバスが、W までの海部から出てるから、そんなんもあってこう、お父さんが W から、W で仕事して休みの日はこっち来てって来やすいなと思って。」

海に対する印象

【良質な波】

「海部はもうまずすごい良いやんか。でも海部が立ってるときはまあやっぱりすごい、あの一、楽しい。波が良いから。ほんで生見もやっぱ基本的にずっと波があるし、であのその地形良いとき悪いときあるけど、でもあの一、ね、波がフラットになる日の方が少ないから、すごいあの良い練習になった」

【ライバルたちの存在】

「夕方に海行くと、あの学校前の子と学校帰りの、メンバーがほら、子どもが集まってくるし、なんかそんなんでこう刺激になった」

「最初はちょっとこうそれに入っていくのに、ちょっとこう、ね、嫌やなって思う時期もあったやろうけど、最終的にはみんな馴染めてきた。それがまあ今となっては良かったと思う。」

エージェントの存在

【スポンサーの後押し】

「H（子のスポンサー）がサポートしてくれてたから、ほんでHがあるっていうのと、ほんでそのIさんがまあもう四国においでって言うてくれて、ほんでまあJ（Cとは異なる、子のスポンサー）のKさんとかももう四国行ったらって言うてくれて」

2 回目の移住先として、他地域ではなく徳島を選択した理由としては、子どもの当時のスポンサーの後押し、良質な波と練習環境、そして子どもが練習をしながら通うことができる高校の存在が大きかったことが読み取れる。子どもが練習できる環境を考慮した際にサポートを受けられる場所として信頼できる人々の存在があったと考えられる。また他地域に比べてアクセスが悪いという難点をカバーするのが良質な波の存在であり、移住することによって従来のアクセスに対する抵抗が払拭されるため、集中してサーフィンを練習する環境としては適している場所であると判断したと考えられる。

移住先のプラス要因

【自然】

「色々充実してるレイイベントも結構あるし、でもう土地もすごい、あの一、ねえ、海と山とあってなんか自然もいっぱいあるし、すごい良いとこやなと思う。」

【アクセスの利便性】

「W からもアクセスがしやすい。」

「親になんかあったときも、もう車でも行けるし、バスでも行けるし、っていう。まあそれが結構おっきいかな。」

【練習環境の良さ】

「あったかいっていうのもあるし。ほんで子どもが生見に、入る場所がほら生見って限られてるやん。でも C って広いから多分子どもがおったとしてもみんな色んなところに入ったら結局みんなバラバラ、で会わない。より、同じとこに子ども同士が固まった方が、やっぱ刺激があるっていうのはまず一番大きいかな。そう子ども同士刺激し合ってっていうところと、あったかい、冬も波ちょこちょこ立つやんか。で W までのアクセスが良い。なんか子どもだけでバス乗させて来させてとかもあるし、そこかな。で波がやっぱり良いよね。」

1 回目の移住と異なる点として、今回は B 氏と夫の夫婦間での願望を最優先しての移住であったが、今回は子どもがより良い環境で練習ができ、成長することができる場所であることが最優先されていることが読み取れる。また移住前はマイナス要因でしかなかったアクセスの不便が、移住後はプラス要因に転じていることに着目すると、その解消要因としては公共交通機関の発達があると考えられる。また今まで徳島に通う過程でリピーターとしての特徴である長距離アクセスに対する慣れが生じていることも考えられる。

地域との関わり方

【学校の先生との関係】

「規律もすごい厳しかったから、それにちょっとなじむのに、なんかこう抵抗があったみたい。」

【友人関係】

「全然小学校の友だちがおらへんところ入ってるから、なんかなかなかちょっと。友だちも最初上手いのかんかったみたいなんよ。」

【頭髪に対する指導】

「1 回染めて、ほんでもう染めへんて、染めない方向に行くために頑張って、でこの毛先、この辺から染めるみたいなんで先生に妥協してもらってとか、なんかこう根本から染めるのはもうせえへんとか。なんか色々闘ってたよ。」

【サーフィンのための欠席】

「学校をその大会とかで休むんはしゃあないけど、できるだけ休まないでくださいっていうのは釘刺された。」

【地元支援者の存在】

「例えば高校なんかも、L (B 氏の子ども) 髪 of 毛のこと聞いた他の保護者のお母さんが、そんなん L ちゃんサーフィン頑張ってるのに、って言って一緒になって怒ってくれたりとか。」

B 氏にとって最も地域との関係が深かったのは、子どもを介した学校関係であった。前居住地に比べて校風が厳しかったことから、サーフィンの遠征等で学校を欠席することは最小限に抑え、地域に対応しようとする姿勢が読み取れる。しかし潮焼け等で仕方なく色落ちする頭髪に対する指導が B 氏、子どもにとって不安な環境を作り出していたのではないかと推測される。

移住サーファーに対する地域の意識

【サーフィンに対する理解の不足】

「サーフィンに対してはあんまり理解はないから、厳しい。」

【地域による意識の違い】

「M (徳島県南のある地域) で住まれてる人が、サーファーの人に今までこんなことされたとか、すごい、あのこう、ちょっと会っただけなのに、めっちゃ話聞かされたことある。」

移住サーファーに対する地域の意識は、地域のサーファーと関わった経験則から生じており、経験によってサーファーに対する価値観が創造されていると推測される。

移住先のマイナス面

【父親と別居】

「やっぱお父さんの仕事も、ちょっと探してみたけどないし、ほんでもうその大会出るのにもお金いっぱいかかるのに、だけの見合ったやっぱ収入を見込めへんかったから、もう W に居ろって。」

【不安感】

「お父さんと離れてるとやっぱりちょっと寂しい。お父さん帰るときはお互い寂しいし。やっぱちょっと怖いのと寂しいのと。不安はすごいあった。」

【不慣れ】

「もともと田舎は好きやから、静かなんとか、すごいあの全然良いんやけど、まあでもやっぱり慣れへん土地やから。」

【アクセスの不便】

「例えばどっか行くとってなると、やっぱり出る、徳島出るまで 2 時間かかるから。それだけがしんどい。」

【職の不足】

B 氏「移住にしに来てる人はほとんどお父さんは仕事 W とかでしてるよね。」

武知「そうですね。」

B 氏「そこが問題やね、一番の。」

【収入】

「ほんまにサーフィン楽しみたいだけで来る人は多分家族でいいと思う。なんか試合に、ここを拠点に試合に出て行くプロ、アマチュアにしろプロにしても、そうすると遠征費が W とかにいるよりも余計にかかるやん。だからその分を考えると、やっぱあの、収入が、ちゃんとした収入が要るっていうのもまず、あれやね、ネックやんな。」

B 氏のように子どもたちのサーフィン練習を目的として移住してきている家族の多くは、父親のみ前居住地に留まり仕事をしており、県南地域に移住してくる移住者サーファーの特徴的な点である。仕事を考えたときに難点となるのは職種の少なさであり、専門職でない限り仕事を見つけることが難しいことが現状を招いている要因であることが読み取れる。子どもたちは練習をするのみならず試合遠征にも多く出るため、金銭面の補助が極めて重要である。それを支える両親が仕事を最重視することは明らかであり、サーファーを育てる両親にとっての海の側への移住は、金銭面及び家族生活において少なからずリスクを負う可能性を承認した上で行われていると考えられる。

② B氏の移住プロセス

図19はB氏の移住関連図である。B氏は前居住地では近畿地方や日本海地域、中部地域など様々なサーフポイントに足を運ぶサーファーであったことから、各々の海岸を比較することができ、その比較から生じるリピーターとしての経験価値を得ていた。それらの経験を経て、最も良い条件下でサーフィンができる生活を求めてライフスタイル移住を行っていることが考えられる。1回目の移住では海が側にあるライフスタイルに憧れてサーフィンが中心の生活を目的に移住したことから仕事を転々としたり収入が不安定であったりと経済面に対する不安要素がプッシュ要因となり、4年で移住を終えることとなった。しかし子どものサーフィンの練習環境を検討した際により良質な波、学校に通いながらサーフィンが練習できる環境を確保できることを海陽町のプル要因として2回目の移住先を決定している。1回目の移住以前の経験価値が2回目の移住においてより良い環境下で生活できるようにするための参考になっており、1回目でプッシュ要因であった仕事面に関してより深い検討を行ったと考えられる。その結果、サーフィンを生活の中心として保ち、子どもが通学しながらサーフィンを練習できる環境を確保するためには、父親の都市部での就労が必要になり、必然的に父親のみ別居生活が強いられており、これは今回の移住におけるプッシュ要因かつマイナス要因であると捉えることができる。収入安定を実現して初めてサーフィンを取り入れた生活が成り立つことから、生活費を工面する方法は移住前の検討事項として必須であると考えられる。

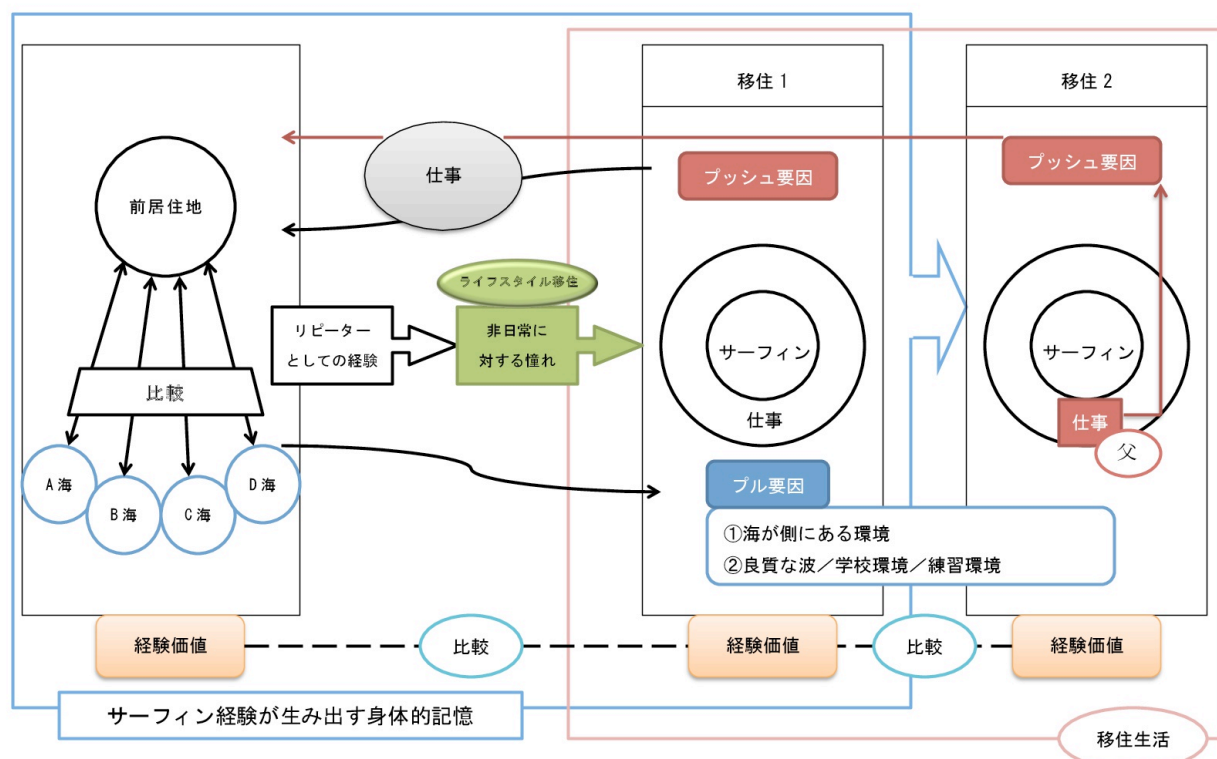


図 19 B氏移住関連図

3) 移住者の移住プロセスに関する分析

① 移住要因の整理

対象者の移住に移る要因を図 20 にまとめた。前居住地から 1 回目の移住先に移住する要因は両氏とも仕事や経済面が要因であり、海の側での生活に対する憧れが誘引力となり移住した。前居住地に帰った理由は、A 氏は移住先での人間関係、B 氏は経済面が関係しており、戻ることによって以前の生活で得ていた慣れた生活や安定した収入を得ることができていた。しかし再び移住を選択した理由として、A 氏は過去に経験した海の側での生活に対する憧れやその生活を手放した後悔があり、B 氏は再び経済状況が不安定になったことが挙げられた。A 氏にとってサーフィンをしながら安定した生活ができるイメージを持てたことが移住への誘引力となり、B 氏は子どもが通学できる地域でサーフィンができる場所として海陽町を選択し、現在の生活に至っている。

	A 氏		B 氏	
	プッシュ要因	プル要因	プッシュ要因	プル要因
前居住地→移住先 1	仕事中心の生活に対する疲れ	サーフィン中心の非日常的な生活への憧れ	夫の仕事状況の変化	海が側にあるライフスタイルへの憧れ
移住先 1→前居住地	過干渉な人間関係	慣れた場所で得られる安堵感	不安定な収入に対する不安要素	安定した収入
前居住地→海陽町	海の側から離れてしまった後悔の念	サーフィンと農業を両立して生活する移住後のイメージ	不安定な収入に対する不安要素	子どもが通学しながらサーフィンが練習できる環境

図 20 対象者の移住要因

② 生見に対する共感

移住者サーファーである対象者の移住の目的は、サーフィンができる環境に身を置き、サーフィンを取り入れた生活を行うことである傾向が見られた。

A 氏の場合は仕事の不満がある状況下に非日常である海を訪れたことを契機に 1 度目の移住をしたが、移住先の人間関係が実家でいたときのそれに比べ過干渉であったことから移住失敗となった。徳島県への移住の契機は SNS 上で調べていた藍染めであり、1 度目の移住先に対して最も共感したサーフィンが日常的にできる生活に対して 2 度目の移住ではその共感がサーフィンではなく SNS 上で検索した藍染めであることに差が見られる。

B 氏は元々近畿地方各所でサーフィンを日常的に行っていたことから、各所と対比して移住地を選択したと考えられる。1 度目の移住は家族を伴う離島への移住であり、B 氏の夫の仕事状況の変化と海の側に行きたいという願望が移住理由であり、海の側で生活できるという非日常的なイメージが移住先に対する共感であったと考えられる。1 度目の移住は移住先の仕事不安定であり、低収入であったことが原因となり、定住に移ることはなかった。その後近畿地方に帰るも、海の側での生活が従来からの願望であったため、海に対する憧れが移住先に対する共感となったと考えられる。

③ 移住を検討する要因

移住に関心を持ち、実際に移住に移るまでの過程において、対象者は過去の移住地での経験を参考にして居住地を選択する傾向にあることがうかがえる。また移住地での新たな経験や見出す価値に惹かれて移住を決定していた。

A氏はSNSで徳島県について調べた後実際に訪れ、エージェントとの出会いが移住を検討する契機となり、家族の反対、賛成を経験して移住を決めた。対してB氏はエージェントの存在と、子どもがサーフィンを練習するためのより良い波や学校があり、学校に通いながら練習ができるという地理的条件に対する評価が高いことで移住したことが明らかとなっている。

④ 移住後の生活に対する評価

移住後は海が近くにある生活が日常となることで、移住前までは非日常的な経験かつ特別であったサーフィンに対する価値が変化すると考えられる。

A氏は以前の移住地で生活していたときにはサーフィンが生活の中心であり、仕事内容よりもサーフィンに充てる時間を優先する生活を送っていた。それに対して海陽町への移住は仕事の面で新たな興味が湧いたことにより、仕事が生活の中心となり、余暇時間にサーフィンを行うといった生活に変化したと考えられる。A氏にとって海陽町への移住は「空気感」が決め手となったという発言からも、サーフィンだけが目的でない、より自分が生活しやすい生活環境を整えることができていると考えられる。

B氏の海陽町への移住は子どもがサーフィンを練習できる環境づくりを最も重視しており、練習環境としては満足していることが明らかとなっている。またB氏の生活形態は、夫だけが以前の居住地域に残り仕事をし、別離しているという特徴がある。B氏の「移住にしに来てる人はほとんどお父さんは仕事Wとかでしてるよね。」という発言からも、母親と子だけがサーフィンが練習できる地域に移住し、父親は仕事をするために以前の居住地に残るケースが多いことが読み取れる。

また地域との関係性において、A氏は以前の移住先と比べてサーフィンに対する理解度の低さを懸念しており、それは地元でサーフィンをする人が少ないことを原因として挙げている。B氏も実際に地域の方からサーファーとの間に生じた問題などについて話を聞いた経験があったことから、サーファーの態度や印象が、サーフィンと地域との関係性に直接影響していると考えられる。

⑤ 移住誘致に向けた課題

アクセスに対して不便と感じる意識は研究1同様課題として挙げられる。両者とも自身が移動する場合に距離が遠く、移動時間がかかることに対して不満があるが、B氏は近畿地方と海陽町を行き来する高速バスに対しては評価が高く、プラス要因として捉えていることがわかった。

また今後の生活に関して、A氏は今後の人生設計を考える中で自身の生活を見直しており、定住する可能性が低いことを示唆する発言をしていたことから、安定した生活ができる見通しの有無が定住への条件のひとつであると考えられる。

B氏は夫が以前の居住地で仕事をしており、家族全員で移れない理由として移住先の職種が少ないことを挙げている。生活費や子どもの遠征費を考慮すると、見合った収入を得るために父親が都市部で働くという現状がB氏のみならず、家族で移住する場合の課題として挙げられる。

VI. 総合考察

1. 調査結果から明らかになったサーファー行動の傾向と改善課題

研究1の質問紙調査の結果により調査対象者の基本属性と居住地（徳島県内・県外）の関連について検討した。その結果、年齢、住まい、宿泊先、宿泊パターン、参加グループ、交通手段との関連が認められたことで、県内外による基本属性の違いが見られた。消費金額と居住地との関連性については、移動・宿泊、食事、土産との関連が認められた。生見に対する評価と居住地の関連性についてはアクセスにのみ関連が認められ、移住評価は差がみられなかったが、SNSの利用状況に関しては差がみられた。

次に近畿在住サーファーの基本属性と来場頻度との関連性について検討した。大会目的時は到着日に、普通休日時は到着、参加グループに関連が認められた。消費金額と居住地との関連性については、移動・宿泊と普通休日時のその他との関連が認められた。

また近畿在住サーファーの生見に対する評価と来場頻度との関連性は全ての項目において見られなかった。移住評価は大会目的、普通休日はどちらにおいても関連が認められ、SNSの利用状況については、普通休日時のみ関連が見られた。

来場目的別に見た近畿在住サーファーの生見に対する評価の特徴は、ビジターよりリピーターの方が評価が高い宿泊施設、飲食店、コンビニ、観光、土産が来場頻度を向上させる要因であると考えられることから、生見滞在における周辺環境の整備がリピーターを増加させるための課題であると推察された。また移住への関心は大会時、休日時ともにビジターよりもリピーターの方が関心が高い傾向があることが示されたことから、ビジター、リピーター、移住者と移行する可能性が示唆された。経済産業省 地域経済産業グループ(2015)⁴⁵⁾の地域ストーリーづくり研究会での資料を参考にして生見におけるオリジナル・ストーリーの構造を示した（図21）。地域におけるコア・エレメントであるサーフィンは文化、競技スポーツ、レジャースポーツ、生涯スポーツといった側面を持っており、サーファーは自分が行うサーフィンをいずれかと認識していると考えられる。更に生見における強みとできるアクセス、波の品質、景観、宿泊施設、食事飲食店、観光、入浴施設、土産をサーフィンと関連させて生見独自のストーリーを作り、観光戦略とできることが考える。

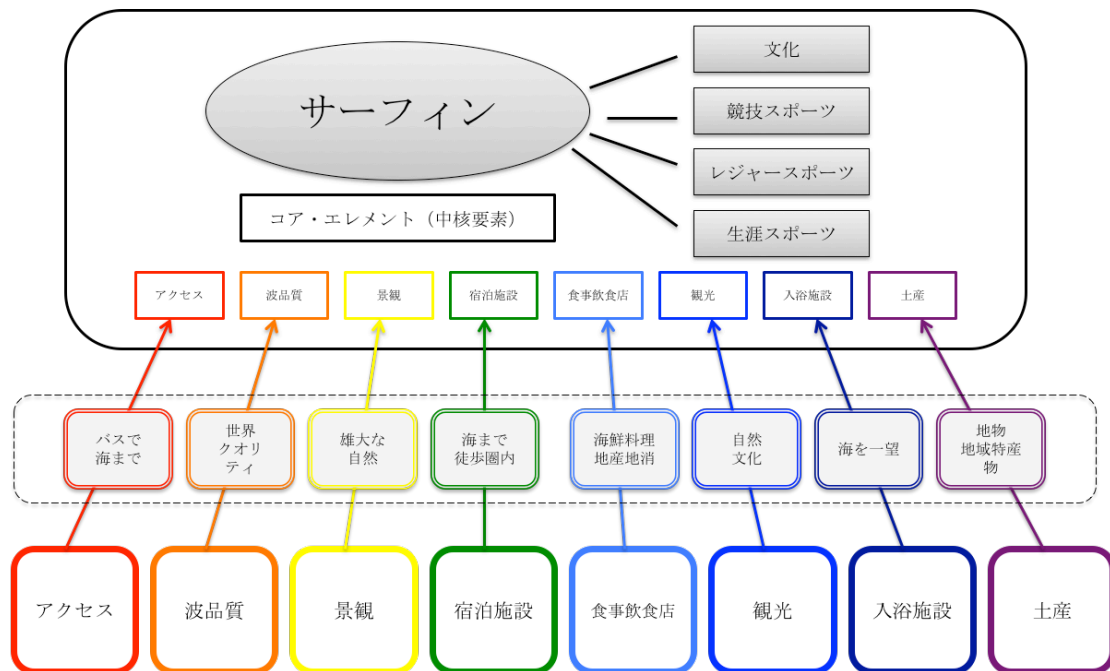


図21 生見オリジナル・ストーリーの構造

原田・木村（2009）⁴⁶⁾によると、スポーツ・デスティネーション・マーケティングは地域環境の維持、地域住民の理解の獲得、インフラ整備を行い需要を高めることが求められる非常に高難度なものであり、その課題解消のためには対象地域の「コアプロダクト」を明確にし、地域が備え持つ魅力に磨きをかけ、維持することが求められる。そしてターゲット市場を選定した上で、顧客のロイヤリティを高める必要がある。

岡田（2014）⁴⁷⁾は、ツーリズム・デスティネーション・マーケティングを、以下の一連の市場創造活動と要約した。

- ①当該地の製品（中核製品・支援製品・拡張製品）分析を行い、そのあるべき形を構想、実現し、製品特性を明確化する（Product）
- ②当該地の製品特性が訴求力を持ち得る標的市場を選定する（Target Markets）
- ③標的市場を構成する潜在的観光客が当該地を身近な存在と認識するよう、時間距離の短縮、経済距離の短縮、心理距離の短縮を図る
- ④以上の一連の諸活動を一元的に実行するために、DMO(Destination Marketing Organization)を特定、または設置し、その機能の強化を図る

デスティネーションマーケティングに沿うと、生見を訪れるサーファーの評価が高い波の品質、景観をコアプロダクトとし、全体の7割以上を占める近畿在住サーファーをターゲットに選定し、滞在満足度の向上に影響する要因を課題として挙げた。

SIPS モデルをサーファー行動モデルとして置き換えた（図 22）。リピーターが生見評価を拡散し、それを他のサーファーが確認することで生見に実際に訪れ、再度評価している。SNS 更新頻度は大会時がビジター、リピーターともに多かったことから大会誘致の利点の1つとして考えられる。また休日来場サーファーは投稿率が大会時に比べ低かったことから、休日のサーファーに絞った、SNS 投稿率の向上及び満足度向上に課題があると考えられる。

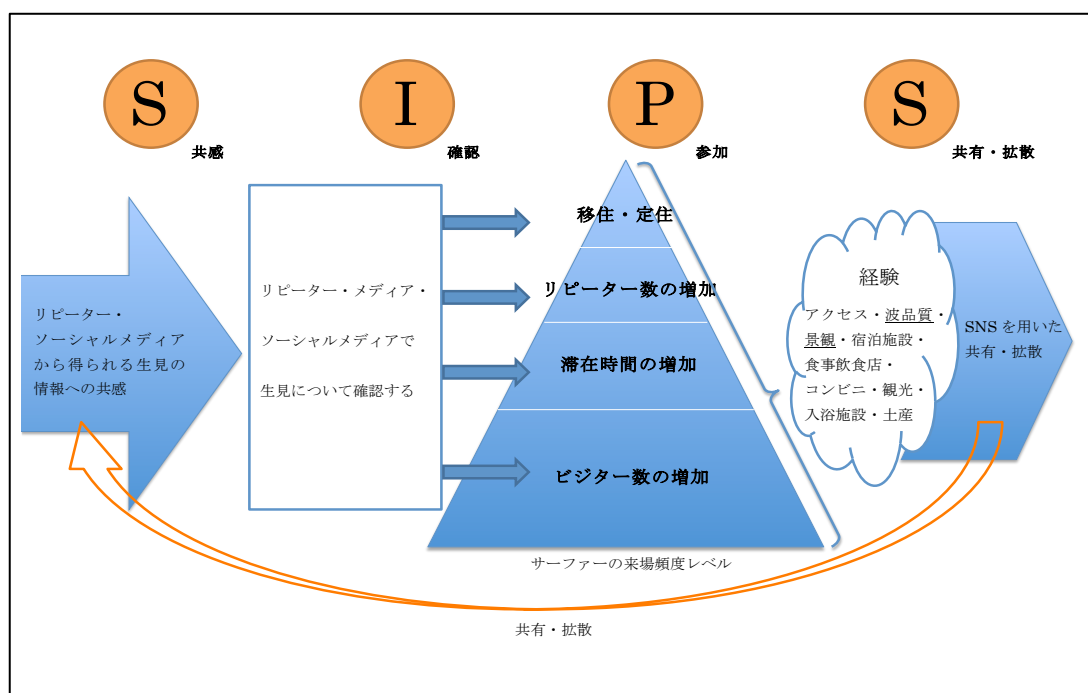


図 22 サーファー行動モデル

2. リピーターから移住者に移る変遷要因と課題

研究2では、サーフィンを行うために海へ通うリピーターが移住者になると仮定し、移住者へのインタビュー調査から対象者のライフストーリーを加味し、その変遷過程を分析することにより、移住へ移る過程における影響要因と課題について検討した。

サーファーの移住のプル要因としてサーフィンができる環境、その環境に対する理想が存在しており、「より良い生き方の探求」と「移住の背後にある動機」に焦点が当てられているライフスタイル移住に該当する移住であると考えた。長友(2015)⁴⁸⁾が整理したライフスタイル移住の概念と既存の移住カテゴリーにサーファー型ライフスタイル移住を位置付けた(図23)。○印がA氏の移住であり、A氏は都市部からの移住であることと生活の充実を目指していたことから、「Iターン」と『『自分探し』の移民』の交わる箇所に位置付けている。□がB氏の移住であり、B氏は子どもが学校に通うことを前提として移住していることから、「ワーキングホリデー・各種の『留学』」と類似していると考える。また△が他の位置づけの可能性として記したサーファー型ライフスタイル移住であり、「リタイアメント移住」や「ロングステイ」、夏に盛んなサーフィンのスポーツとしての特性を考慮した「季節的移住」など、移住目的にサーフィンが含まれるサーファー型ライフスタイル移住は様々な対象者に該当する可能性があると考えられる。サーフィンを取り入れた生活を理想として移住し、その地で生活する移住者のライフスタイルを、移住前から移住後の現在に至るまでの過程における個人の背景を加味して分析することで、より課題が明確化すると考えられる。

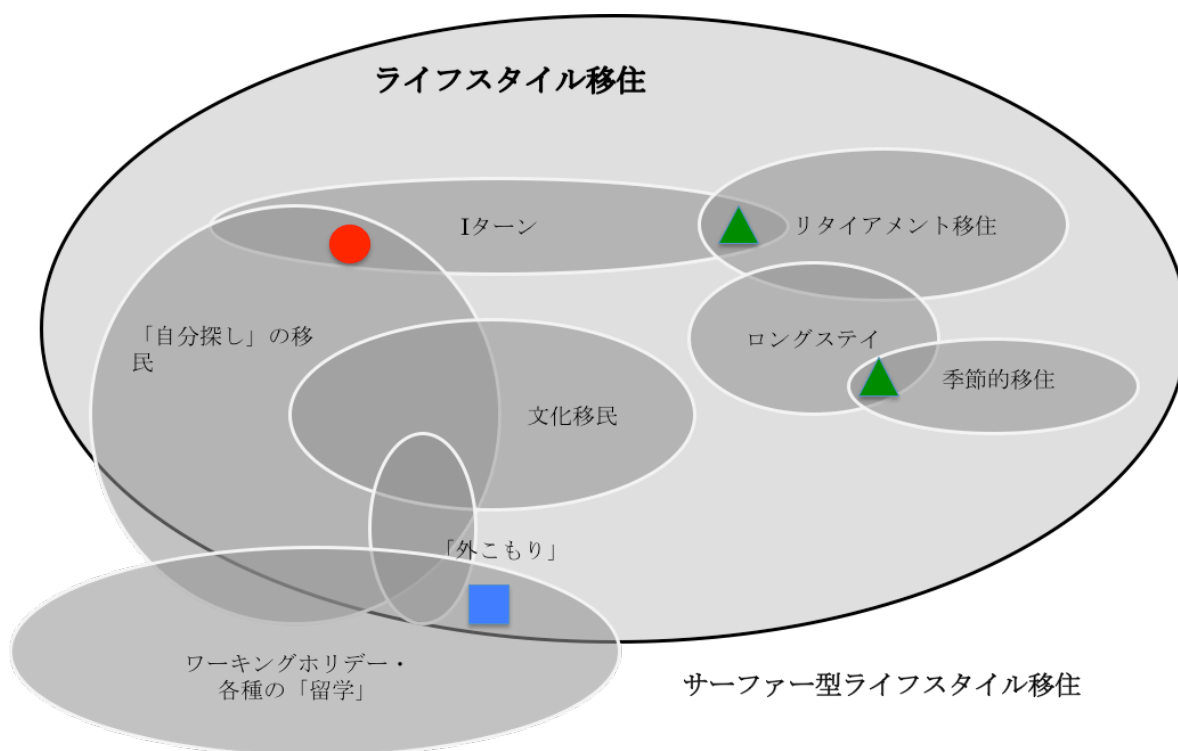


図23 ライフスタイル移住の概念と既存の移住カテゴリーにおけるサーファー型ライフスタイル移住の位置付け

今回の対象者である2名の移住者は、ともに海陽町へ移住する前にサーフィンを取り入れた生活の実現を目的として別の場所への移住を経験しており、今回の移住に対する評価や印象は以前の移住先での経験と比較して評価している。A氏の場合は他者からの過干渉、B氏の場合は経済的理由が1度目の移住の代表的な失敗要因であり、それらがプッシュ要因となったことで定住が叶わなかったと考察される。両者の1度目の移住と今回の移住の異なる点として、サーフィンとは異なるプル要因の存在がある。A氏は藍染め体験ができる場所、そして初めて農業経験をし、仕事ができる場所として海陽町に対するイメージを確立しており、B氏は子どもが学校に通いながらサーフィンを練習できる場所として捉えており、両者とも生活を成り立たせた上でサーフィンができる場所として海陽町を移住地として選択したと考察される。

移住後はより生活環境を整えることを重要視した生活設計がなされており、各者にとって適当な生活を送るために、生活において仕事・収入の優先順位が上がる傾向にある。A氏は移住前に職が決まっていたこと、移住先はサーフィンができる環境であったことから、移住前に移住後の安定した充実した生活を想像できていたと考えられる。またB氏は、移住地の検討事項として夫の職を挙げており、検討の後に生活を成り立たせるために夫のみ近畿地方で仕事をするという家族の生活様式を選択している。学校に通いながらサーフィンの練習ができる生活を求めて移住する家族は、母親と子どもだけで移住し、職が移住地に見つけられないことや収入金額を考慮して父親のみ元の居住地に残る別居を選択するケースが多い。両者の実態から、「サーフィンができる生活」実現化の過程では、サーフィンではなく仕事・収入がコア、サーフィンがフリンジと捉えられるようになることが推察される。そのため、生活に必要な収入源に関する情報提供と支援は不可欠である。

移住後の生活環境を整える要素として地域との良好な関係性の構築が求められており、その背景には県南地域においてサーファーと地域の関係性が弱いことがあると考えられる。移住後に生活の中で直面するサーファーに関する地域の意見の中にはサーファーに対して理解できない要素が存在しており、今までのサーファーと地域が互いに歩み寄れない関係性であったことが推察される。海は地域における重要な資源であり、地域住民にとっても重要であることから、海を共有するサーファーから地域に対する関係性構築に向けた歩み寄りが求められており、それは交流する場を設ける物理的な課題のみならず、理解を得るために生活のレベルでサーファーが地域住民と協力し、助け合う関係性を構築する精神的課題としても捉えることができ、それら課題を解決するための機会づくりを積極的に行う必要がある。

佐藤(1993)⁴⁹⁾は、経済的要因以外の理由で移住した移住者が現実には理想とした生活を送ることが難しく、理想と現実のギャップに直面することを述べているが、A氏とB氏は予め生活の基盤となる仕事・収入の不安を解消した後の移住であったことからこのギャップが最小限に抑えられていると考える。このことから、移住を支援するには具体的な移住後の想定イメージを移住検討者に提案することが重要になる。

VII. 結論

本研究では、東洋町生見サーフィンビーチに訪れるサーファーに対して、生見サーフィンビーチでの消費や滞在、移動に対する満足度について調査を実施し、サーフィンツーリズムによるサーファーの消費行動および行動モデルを明らかにし、サーファーの海岸に対する評価と移住意識を関連づけ、来場頻度の向上、移住・定住の促進など地域活性化のデザインの在り方を提案することが目的であった。その結果、以下のことが明らかとなった。

【研究1】

1. 県内外に分類した居住地による調査対象者の特性では、基本属性においては性別、交通ルート、到着日、到着時間、サーフィン歴、参加グループ、到着日、到着時間、サーフィン歴との関連は認められなかったが、年齢、住まい、交通手段、宿泊先、宿泊パターン、参加グループとの関連は認められた。
2. 居住地と消費金額では、移動・宿泊、食事、土産との関連が見られ、県外サーファーの方が移動・宿泊では約5倍、食事では約3倍多く経費がかかっていた。生見に対する評価の特性では、アクセスとの関連が認められたが、波の品質、景観、宿泊施設、食事飲食店、コンビニ、観光、入浴施設、土産、移住への関心との関連は認められなかった。SNSの利用状況との関連は認められ、全体の約6割が投稿する予定のないことが明らかとなった。
3. 生見を訪れるサーファー全体の72.2%を占めていた近畿在住のサーファーの来場目的（大会時、休日時）、頻度（ビジター、リピーター）による調査対象者の特性では、性別、年齢、交通手段、交通ルート、到着時間、移動時間、宿泊先、宿泊パターン、サーフィン歴の項目と、大会時の参加グループでは関連がみられず、到着日と休日時の参加グループでは関連が認められた。
4. 居住地と消費金額では、移動・宿泊と休日時のその他との関連が見られ、移動・宿泊ではビジターよりもリピーターの方が経費が安い傾向にあることが明らかとなった。評価の全ての項目において頻度との関連は認められなかった。移住への関心とは関連が見られ、移住に関心がある割合は大会時ではビジターは1割を満たず、リピーターでは3割であった。休日時ではビジターが約2割、リピーターでは約4割であり、目的別では移住に関心のある割合が、大会来場のリピーターでは30%、休日来場のリピーターでは43.5%を占めていることから移住に対する関心はリピーターがビジターよりも割合が高い傾向にあることが示された。SNSの利用状況との関連性は休日時では認められ、ビジターでは約2割、リピーターでは約4割がSNSへの投稿を行っていた。
5. 頻度別に見た近畿在住サーファーの生見に対する評価では、大会時、休日時ともに評価の全ての項目において頻度との関連は認められなかった。また大会時の移住関心と頻度では関係が認められなかったが、休日時では関係が認められた。大会時、休日時どちらの場合もビジターよりもリピーターの方が関心が高いことから、ビジターからリピーター、リピーターから移住者への変遷が示唆される。

【研究 2】

1. A 氏は移住前の居住地での仕事に対して不満があった状況下でのサーフィン大会観戦が契機となり、そこでの非日常的なサーフィン中心の生活を自身の日常と対比したことでよりそこに居たいという、非日常的な生活への憧れが増幅したと考えられる。
2. A 氏の 1 度目の移住先ではサーフィンに充てられる時間を重んじた生活をしていたが、移住前の周囲の人間関係と移住後のそれとのギャップが原因で移住失敗となった。
3. A 氏は SNS を契機として移住先を訪れ、現地でのエージェントとの出会いが移住決断に影響を与えており、自分に合った仕事とサーフィンのバランスがとれた生活ができる場所での感覚が生活の充実を支えている。
4. B 氏はアクセスの利便性、経済面の理由から近畿地方を中心としてサーフィンをしていた。
5. B 氏は夫の仕事状況の変化を契機として家族で海の近くに 1 度目の移住をしたが安定した収入が見込めず移住失敗となったことから、あくまで優先順位は仕事が最も高い。
6. B 氏の徳島県への移住は子どもが通学しながら充実したサーフィン練習環境が確保できることが条件であったが、収入を安定させるために父親の別居が必須となっている。
7. サーファーの移住の目的は、サーフィンができる環境に身を置き、サーフィンを取り入れた生活を行うことが前提にあることが推察される。
8. 移住前までは非日常的な経験かつ特別であったサーフィンに対する価値が変化すると考えられる。
9. サーファーとの経験が、サーフィンと地域との関係性に影響を与えていると考えられる。
10. 安定した生活ができる見通しの有無が移住実行の決定に影響を与えていることが示唆された。

VIII. 提言

サーフィンツーリズムによるサーファーの消費行動の特徴から、東洋町及び周辺地域に対するサーファーの来場頻度の向上、移住・定住の促進に向けた提案を以下とする。

距離が近い県内サーファーは自宅から平均 1.3 時間で生見まで来ることができるため生見での宿泊率は低いがアクセスの満足度は高い。それに対して県外サーファーは移動時間が平均 4.7 時間でありアクセスに対して満足している割合は半数以下であることからアクセスに対する不満感は拭うことのできない課題として存在している。しかし全体的に生見特有の自然資源、サーフィンツーリズム特有の非日常性に対する魅力に対する満足度は高いことから、これらがハード面に対する不満や負担感を緩和させていると考えられる。そのため、長い往路を終えた先にある非日常的な空間である生見での滞在において満足度を高め、消費を促進するための方策が求められる。

消費金額に着目すると県外サーファーのうち、宿泊施設に宿泊するサーファーの消費金額は、車中泊などで宿泊施設に宿泊しないサーファーに比べ 12,000 円程度高いことが明らかとなっており、車中泊を選択するサーファーに対しては食事や土産などの消費を促す働きが必要であると考え。宿泊施設を選択するサーファーはサーフィンを含めるリラックスした海辺での非日常的な滞在を求めて生見に来場しており消費額が高くなる傾向にあることから、生見周辺で過ごすことができる環境の提供に向けた飲食場所の提供や、宿泊する割合が高いことから飲酒ができる店舗の充実などが提案として挙げられる。

大会来場サーファーは SNS 利用率が普通休日に比べ高いことから SNS 利用を頻繁に行う傾向のあるグループであると分類し、このグループの来場促進が新たなビジターを呼ぶ影響要因となり得る可能性があることから、大会をはじめ生見でのイベント開催は SNS を用いた情報発信が期待できる。

頻度と消費金額の関係では、ビジターの消費金額がリピーターよりも高くなっていることから、サーフィン体験の情報発信や滞在に関する案内などビジターが来場してみたいと思う環境づくりが経済効果を生むと考えられる。評価は全体的に波の品質、景観など生見が元来持つ自然資源に対して高いことから、これら資源を生見の強みと認識した上で政策を検討する必要があると考え。全体的にビジターからリピーターに来場頻度が上がる傾向は見られるが、普通休日時におけるコンビニ、観光に対する評価は上がるがビジター、リピーターともに中央値よりも低いことから、コンビニに代わる周辺施設の有効活用及び観光をはじめとする地域の情報を提供する場の設置が求められる。

移住に関しては、普通休日の方が大会時より移住に関心のある割合が多く、その中でもビジターよりもリピーターの関心が高かったことから、日常的に生見に来ているリピーターが移住者に移行する可能性の最も高いグループとして焦点を当てた移住促進が提案できると考える。

サーファーが移住する場合、SNS や他者からの情報を得て検討することから、SNS を用いた移住促進が非常に重要になる。例として、サーファーを対象とした移住説明会に関する情報の SNS での拡散やライブ放送などを利用することでより広範囲の拡散が期待できる。過去にリピーターとして海に通う過程における経験価値の比較や新たに獲得する経験価値に惹かれてそれらを移住場所の決定に反映させている傾向にある。加えて学校がある地域では子どもを伴う誘致も期待できることから、他地域と異なるアピールポイントとできる。地域活性化における人口増加の取り組みは非常に重視されることから、学校に部活動としてサーフィン部を設置することも人口増加に向けた一案として考えられる。またサーファーの移住はサーフィンを取り入れた非日常的な生活をするを目的として移住をするが、サーフィンの特性である非日常性を常に求めることからサーファー型ライフスタイル移住は定住の見込みが低い性質があることを理解した上で、長期的な滞在を促すためには仕事ができる環境を与えることが必須であ

ることを念頭に置いた政策が求められる。実際に移住してきているサーファーの職種は農業者、漁業者など地域に根ざした産業に携わる人、自営業者としてサーフィン関係の仕事をする人など様々であるが、ここでしか成し得ないサーフィンを取り込んだ生活を提案することが求められており、地域性をアピールポイントとして、海の近くで住むステータスを地域の魅力と掛け合わせ、仕事を提供することが地域の受け入れ体制であると考ええる。

サーフィンを用いた地域活性化におけるサーフィンの位置づけとして、サーフィンは地域に正の影響を与え、地域住民の生活の質の向上に貢献することが求められる。サーフィンをはじめとする地域資源を活用したスポーツをまず地域内から受け入れ支援する体制を、海を交流の場として地域とサーファーが繋がり、互いに承認し合う関係性、文化の構築を、行政をはじめ、地域全体で作り上げていくことがサーフィンを用いた地域づくりの基盤として必須であると考えられる。

X. 今後の研究課題

研究1より、生見海岸を訪れるサーファーの生見に対する評価要因及び移住意識と居住地、来場目的、来場頻度との関連を明らかにし、ビジター、リピーター、移住者の変遷に影響する要因を特定し、その特徴の確認が必要であると考えられた。そして研究2で徳島県海陽町に県外から移住してきたサーファーに対してインタビュー調査を行い、移住前後の生活と心情の変化を把握した。その結果、サーフィンを取り入れた生活の実現とは、安定した収入のもとに成り立つ生活において地域と健全な関わりを持つことが求められ、移住を支援するには具体的な移住後の想定イメージを移住検討者に提案することが重要になることが示唆された。

今後の研究課題としては、①サーファー行動の傾向をより詳しく把握するための消費金額の詳細の分析、②移住者サーファーの多様性を明らかにするためのインタビュー対象者数の増加、③地域とサーファーとの関係性の実態調査の実施、④サーファーの来場回数及び交流人口の増加、移住促進に向けた具体的なアプローチの検討が挙げられる。これらのことより、実際の交流人口の増加に向けた具体的施策提案に向けた研究が必要であり、先の課題についても検討する必要がある。

XI. 引用参考文献

- 1) 日本経済再生本部：日本再興戦略 2016－ 第4次産業革命に向けて－, 10-11, 2016
- 2) スポーツツーリズム推進連絡会議：スポーツツーリズム推進基本方針 ～スポーツで旅を楽しむ国・ニッポン～, 2011
- 3) スポーツツーリズム推進連絡会議：スポーツツーリズム推進基本方針 ～スポーツで旅を楽しむ国・ニッポン～, 2-3, 2011
- 4) 原田宗彦, 木村和彦：スポーツ・ヘルスツーリズム, 大修館書店, 19-23, 2009
- 5) Hall, C. M. : Adventure, health and sports tourism, In: Weiler, B. and Hall, C.M.(Eds) Special Interest Tourism. Belhaven Press: London, 1992
- 6) 国谷恵太, 黒須宏志：ワールドカップ開催を契機としたスポーツによる地域交流文化の創造過程と定着の研究－スポーツツーリズムの形成発展に向けて－, 自主研究レポート 2004, 59-64, 日本交通公社, 2004
- 7) 原田宗彦, 木村和彦：スポーツ・ヘルスツーリズム, 大修館書店, 2009
- 8) 原田宗彦：スポーツイベントの経済学, 平凡社新書, 2002
- 9) 原田宗彦, 木村和彦：スポーツ・ヘルスツーリズム, 大修館書店, 39, 2009
- 10) TransWorld Business, State of SURF 2016,
<https://www.adventuresportsnetwork.com/transworld-business/state-surf-2016-consumer/>
(2018年1月29日参照)
- 11) 財団法人 余暇開発センター：レジャー白書 2000, <http://www.kaiho.mlit.go.jp/info/books/h12haku/>
(2018年1月29日参照)
- 12) 一宮町：一宮町 まち・ひと・しごと創生 総合戦略, 9-10, 2015
- 13) 一宮町：一宮町 まち・ひと・しごと創生 総合戦略, 9, 2015
- 14) 東洋町：東洋町ホームページ, 人口と世帯数, <http://www.town.toyo.kochi.jp/contents/>
(2018年1月28日参照)
- 15) 日本医師会：地域医療情報システム, 高知県東洋町, <http://jmap.jp/cities/detail/city/39301>
(2018年3月20日参照)
- 16) GD Freak!：東洋町(トウヨウチョウ 高知県)の人口と世帯《就業者数とその産業構成》,
<http://jp.gdfreak.com/public/detail/jp010050000001039301/13> (2018年3月20日参照)
- 17) 都道府県・市区町村ランキングサイト 日本☆地域番付：東洋町,
<http://area-info.jp/area393011.html> (2018年3月20日参照)
- 18) 都道府県・市区町村ランキングサイト 日本☆地域番付：高知県の完全失業率番付,
<http://area-info.jp/UnEmployed390003.html> (2018年3月20日参照)
- 19) 東洋町：東洋町人口ビジョン 東洋町まち・ひと・しごと総合戦略 「日出づる東端の町」, 24, 2016
- 20) 高知新聞 2017.7.29.高知のニュース社会 ふれあい高新 in 東洋町 「東洋町はサーフィン波に乗れるか？」
- 21) A.Davies and A. Hoath : The Migration of Australians to Bali, Indonesia: More than Retirees and Surfers, Geographical Research Volume 54, Issue 1, 35-51, 2016
- 22) 観光庁：観光立国の実現に向けた取り組み, 2010

- 23) 我部乱：アドベンチャースポーツの現状と展望に関する研究 ～大会参加者を類型化し 地域の取り組むべき事項を検証する～, 早稲田大学大学院スポーツ科学研究科スポーツ科学専攻, 修士学位論文, 2013
- 24) 海老原末星：地域活性化を目的としたスポーツイベントの開催経緯と課題, 早稲田大学スポーツ科学部, 卒業論文, 2013
- 25) 望月博文：ネイチャー・レジャーのビジネスモデル化への可能性について（スクーバダイビングをケースとして）, 高知工科大学大学院工学研究科基盤工学専攻, 修士学位論文, 2006
- 26) 文部科学省：今後の地域スポーツの推進方策に関する提言, 15, 2015
- 27) スポーツツーリズム推進連絡会議：スポーツツーリズム推進基本方針 ～スポーツで旅を楽しむ国・ニッポン～, 30, 2011
- 28) 財団法人農林統計協会：平成 21 年度地域活性化のための農業集落データ分析委託事業報告書, 3-5, 2005
- 29) 総務省自治行政局過疎対策室：交流居住の時代～過疎地域における交流居住にむけたニーズ分析に関する調査～, 2, 2005
- 30) 清水慎一：地域研究会資料 「地域ぐるみによる観光まちづくり」, 4, 2009
- 31) Benson, M. : A Desire for Difference: British Lifestyle Migration to Southwest France, *Lifestyle Migration: Expectations, Aspirations and Experiences*, 121-135, 2009
- 32) 長友淳：ライフスタイル移住の概念と先行研究の動向 「移住研究における理論的動向および日本人移民研究の文脈を通して」, 国際学研究 4 巻 1 号, 24, 2015
- 33) 佐藤尚之他：SIPS ～来るべきソーシャルメディア時代の新しい生活者消費行動モデル概念～, <http://www.dentsu.co.jp/sips/index.html> (2018/1/15 参照)
- 34) 渡辺康洋：1 次交通距離と消費額の関係、日本国際観光学会論文集、第 22 号, 103-108, 2015
- 35) Benson, M and O'Reilly, K : From lifestyle migration to lifestyle in migration; Categories, concepts and way of thinking, *Migration Studies*, 4(1), 20-37, 2016
- 36) 高橋和：人の国際移動をめぐる研究の動向 「ヨーロッパにおける人の移動の自由と管理を中心に」, 山形大学 法政論叢 第58・59合併号 2014, 43-69, 2014
- 37) 宮島美花：移動を説明する諸理論と、中国朝鮮族の移動・生活 「日本在住の朝鮮族の事例から」, 香川大学経済論叢 第87巻 第3・4号 2015年3月, 185-216, 2015
- 38) 長友淳：ライフスタイル移住の概念と先行研究の動向 「移住研究における理論的動向および日本人移民研究の文脈を通して」, 国際学研究 4 巻 1 号, 27-30, 2015
- 39) Walmsley, D.J., Epps, W. R. and Duncan, C. J. : Migration to the New South Wales North Coast 1986- 1991: Lifestyle Motivated Counterurbanisation, *Geoforum*29(1), 105-118, 1998
- 40) 長友淳：ライフスタイル移住の概念と先行研究の動向 「移住研究における理論的動向および日本人移民研究の文脈を通して」, 国際学研究 4 巻 1 号, 23-32, 2015
- 41) 桜井厚：ライフストーリーの時間と空間, *社会学評論* 60 (4), 481-499, 2010
- 42) 戈木クレイグヒル 滋子：グラウンデッド・セオリー・アプローチ概論, *KEIO SFC JOURNAL – Vol. 14 No.1 SFC が拓く知の方法論*, 30-43, 2014
- 43) 桜井厚：ライフストーリーの時間と空間, *社会学評論* 60 (4), 481-499, 2010
- 44) 村田周祐：持続的スポーツ・ツーリズムと地域生活再編の社会学的研究, 筑波大学大学院人間総合科学研究科, 博士学位論文, 57-100, 2012

- 45) 経済産業省 地域経済産業グループ：地域ストーリー作り研究会 参考資料, 9-13, 2015
- 46) 原田宗彦, 木村和彦：スポーツ・ヘルスツーリズム, 大修館書店, 149-152, 2009
- 47) 岡田豊一：ツーリズム・デスティネーション・マーケティングの基本的フレームワークについて, 16, 2014
- 48) 長友淳：ライフスタイル移住の概念と先行研究の動向 -移住研究における理論的動向および日本人移民研究の文脈を通して-, 国際学研究 4 巻 1 号, 25, 2015
- 49) 佐藤真知子：新・海外定住時代 -オーストラリアの日本人-, 新潮社, 1993

Billabong Surfing Games2016 A A A グレード東洋町西日本サーフィン選手権大会 アンケート調査へのご協力をお願い

徳島大学スポーツ社会学研究室
大学院博士前期課程 M1 武知実波

Q1. 以下の質問に対して、選択肢の数字に○印をするか、() 内の語句に○印または該当内容を記入して回答してください。

(1) 性別	1. 男性 2. 女性	(2) 年齢	() 歳
(3) 住まい	() 都・道・府・県 / () 市・郡・区・町・村		
(4) 交通手段	1. 自家用車 2. レンタカー 3. バス 4. 飛行機 5. フェリー 6. その他 ()		
(5) 交通ルート	1. 高知市まわりから 2. 徳島市まわりから		
(6) 生見到着日時と移動時間	6月(3日(金)・4日(土)・5日(日))の(午前・午後)()時頃 生見到着 自宅(出発地点)からの所要時間 約()時間		
(7) 宿泊先	1. ホテル・民泊 2. 車中泊 3. テント泊 4. 宿泊なし 5. その他 ()		
(8) 宿泊パターン	1. 前泊→ <u>試合</u> →後泊 2. 前泊→ <u>試合</u> 3. <u>試合</u> →後泊 4. 宿泊なし 5. その他 ()		
(9) サーフィン経験歴と主なホームポイント	1. あり →年数()年、 →今年度の試合出場数()回 → 主に利用しているホームポイント()海岸/ ()都・道・府・県 2. なし		
(10) 参加形態	1. 選手 →出場クラス() 2. 監督・コーチ 3. 保護者 4. その他 ()		
(11) 参加グループ	1. ひとりで 2. 友人と 3. 家族と ⇒参加家族構成: 大人()人/子ども()人		

Q2. 生見サーフィンビーチに関して、普段利用しているホームポイントと比較してどのように評価していますか。以下の選択肢の数字に○印を記入して回答してください。

(1) 生見に来る頻度	(週 ・ 月 ・ 年 ・ 今まで) に () 回 ←初めの場合は0記入
(2) 生見海岸の評価	かなり満足 やや満足 やや不満 かなり不満 → その理由や意見をお書きください
a. 生見までのアクセス	4 --- 3 --- 2 --- 1 → 理由・意見 ()
b. 生見海岸の波の品質	4 --- 3 --- 2 --- 1 → 理由・意見 ()
c. 生見海岸の景観	4 --- 3 --- 2 --- 1 → 理由・意見 ()
d. 生見周辺の宿泊施設	4 --- 3 --- 2 --- 1 → 理由・意見 ()
e. 生見周辺の食事飲食店	4 --- 3 --- 2 --- 1 → 理由・意見 ()
f. 生見周辺のコンビニ	4 --- 3 --- 2 --- 1 → 理由・意見 ()
g. 生見周辺の観光	4 --- 3 --- 2 --- 1 → 理由・意見 ()
h. 生見周辺の入浴施設	4 --- 3 --- 2 --- 1 → 理由・意見 ()
i. 生見周辺の土産	4 --- 3 --- 2 --- 1 → 理由・意見 ()
(3) 生見地域への移住	1. 移住を考えた 2. 条件が整えば移住も考えた └──────────┘ 具体的に求める情報 () 3. 移住は考えていない

Q3. 今大会の運営に関して、以下に回答をご記入下さい。

	かなり満足 やや満足 やや不満 かなり不満 → その理由や意見をお書きください
(1) 本部ブースの設備	4 --- 3 --- 2 --- 1 → 理由・意見 ()
(2) 会場の駐車場	4 --- 3 --- 2 --- 1 → 理由・意見 ()
(3) 会場トイレ・シャワー	4 --- 3 --- 2 --- 1 → 理由・意見 ()
(4) 会場での軽食	4 --- 3 --- 2 --- 1 → 理由・意見 ()

Q4. 今大会に参加(移動中を含む)期間中の「食事・グルメ・土産」、「観光」に関して以下に回答をご記入下さい。

徳島市



(1) 生見までの旅程で行った行動に☑ 帰りの旅程で予定している行動に○	WEB SNS 調べた	立寄 休憩	食事	飲食物土 産を買っ た
1. 徳島市 (飲食店・コンビニ・スーパー)				
2. 道の駅 公方の郷なかがわ				
3. 阿南市 (飲食店・コンビニ・スーパー)				
4. 美波町 (飲食店・コンビニ・スーパー)				
5. 道の駅 美波町日和佐				
6. 牟岐町 (飲食店・コンビニ・スーパー)				
7. 道の駅 穴喰温泉				
8. 海陽町 (飲食店・コンビニ・スーパー)				
9. 海の駅 東洋町白浜海岸				
10. 東洋町生見海岸周辺の飲食店				
11. その他 ()				
12. その他 ()				

(2) 観光地を訪れた(帰りに訪れる予定も含む)場所、行ってみたい場所 当てはまる番号に○印をつける

1.リビエラ穴喰 温泉 (海陽町)	1.今回訪れた(予定も含む)	2.条件が整えば行ってみたい	3 関心がないのでいらない
2.マリンクルーズ (海陽町)	1.今回訪れた(予定も含む)	2.条件が整えば行ってみたい	3 関心がないのでいらない
3.轟の滝 (海陽町)	1.今回訪れた(予定も含む)	2.条件が整えば行ってみたい	3 関心がないのでいらない
4.日和佐うみがめ博物館カレッタ (美波町)	1.今回訪れた(予定も含む)	2.条件が整えば行ってみたい	3 関心がないのでいらない
5.四国第二十三番霊場 薬王寺 (美波町)	1.今回訪れた(予定も含む)	2.条件が整えば行ってみたい	3 関心がないのでいらない
6.薬王寺温泉 (美波町)	1.今回訪れた(予定も含む)	2.条件が整えば行ってみたい	3 関心がないのでいらない
7.その他 (具体名 :)	1.今回訪れた(予定も含む)	2.条件が整えば行ってみたい	

Q5. 生見サーフビーチに関する内容の情報をフェイスブックのように SNS やチャットに投稿しますか。

- 1.生見で滞在中に投稿 2.帰宅して投稿する予定 3.投稿する予定はない

Q6. 生見サーフビーチに対する要望がありましたら、ご自由にご記入下さい。

(例：コンビニエンスストアを作って欲しい、大会時は露店を出して欲しい、等)

Q7. 今回の大会参加において使った経費全体についてお伺いします。

大会旅行中に購入した品目の右にある□にチェック☑を入れ、あなた1人分の支出金額をお答えください。
その際、金額を忘れてしまった場合には支出金額欄に「不明」と記入してください。

移動中	A	運賃（飛行機、フェリー、JR、タクシー）片道分	<input type="checkbox"/>	円
	B	ガソリン代 片道分	<input type="checkbox"/>	円
	C	高速・有料道路料金 片道分	<input type="checkbox"/>	円
大会滞在中	D	地元観光や釣り、アメニティ施設（温泉やマッサージを含む）の利用	<input type="checkbox"/>	円
	E	駐車場料金	<input type="checkbox"/>	円
	F	宿泊費	<input type="checkbox"/>	円
	G	飲食・喫茶店での支払い	<input type="checkbox"/>	円
	H	お酒・タバコ	<input type="checkbox"/>	円
	I	お弁当、ハンバーガー、飲料、その他食料品の購入	<input type="checkbox"/>	円
	J	繊維製品（衣料品、帽子、ハンカチ、タオルなど）購入	<input type="checkbox"/>	円
	K	医薬品、日焼止クリーム、化粧品、歯磨き、シャンプーなどの購入	<input type="checkbox"/>	円
	L	宅配便	<input type="checkbox"/>	円
	M	土産物（お菓子、海産物、農産物、お酒など）の購入	<input type="checkbox"/>	円

Q8. 生見海岸の滞在や現地までの移動を含めて、全体をとおして生見地方にご来場されて満足されましたか。
生見海岸の滞在の総合満足度はどのくらいですか。

大変満足	満足	どちらでもない	不満	大変不満
5	4	3	2	1

1年以内に、サーフィンをしに生見地方（東洋町・海陽町）へ、ツアーに来ますか。

大変そう思う	そう思う	どちらでもない	あまり思わない	思わない
5	4	3	2	1

帰宅後、大会参加時や移動中の出来事や珍しい飲食物について、あなたご自身のウェブなどにあげたり、チャットをしたりする予定ですか。

大変そう思う	そう思う	どちらでもない	あまり思わない	思わない
5	4	3	2	1

ご協力ありがとうございました。

東洋町地域活性化に向けてのアンケート調査へのご協力をお願い

高知県東洋町

NPO元気な日本をつくる会

Q1 以下の質問に対して、該当する番号に○印をするか、()内に回答をご記入してください。

(1) 性別	1. 男性 2. 女性	(2) 年齢	() 歳代
(3) 住まい	() 都・道・府・県 / () 市・区・町・村		
(4) 交通手段	1. 自家用車 2. レンタカー 3. バス 4. 飛行機 5. フェリー 6. その他()		
(5) 交通ルート	1. 高知市まわりから 2. 徳島市まわりから		
(6) 生見到着日時と移動時間	9月 16日(金) ・ 17日(土) ・ 18日(日) の() 時頃 生見到着 自宅(出発地点)からの所要時間 約() 時間		
(7) 宿泊先	1. ホテル・民宿 2. 車中泊 3. テント泊 4. 宿泊なし 5. その他()		
(8) グループ	1. ひとりで 2. 友人と 3. 家族と → 家族構成：大人() 人/子ども() 人		

Q2 生見サーフィンビーチを訪れた理由、またこのビーチの一番の魅力は何ですか。

(例) 波のコンディションが良い、ビーチの雰囲気が良い等

Q3 生見サーフィンビーチに関して、他のサーフポイントと比較してどのように評価していますか。

以下の設問に該当する番号に○印をご記入してください。

(1) 生見に来る頻度	(週 ・ 月 ・ 年 ・ 今まで) に () 回 ← 初めての場合は0を記入			
(2) 生見海岸の評価	かなり満足 やや満足 やや不満 かなり不満 → その理由などをご記入ください			
a. 生見までのアクセス	4	3	2	1 → ()
b. 生見海岸の波の品質	4	3	2	1 → ()
c. 生見海岸の景観	4	3	2	1 → ()
d. 生見周辺の宿泊施設	4	3	2	1 → ()
e. 生見周辺の食事飲食店	4	3	2	1 → ()
f. 生見周辺のコンビニ	4	3	2	1 → ()
g. 生見周辺の観光	4	3	2	1 → ()

h. 生見周辺の入浴施設	4	3	2	1	→()
i. 生見周辺の駐車場・トイレ	4	3	2	2	→()
j. 生見周辺の土産	4	3	2	1	→()

Q4 今回のご旅行期間中の「食事・グルメ・土産・観光」に関して、以下に回答をご記入ください。

	(1)生見までの旅程で行った行動に○、帰りの旅程で予定している行動に○をご記入ください。(複数回答可)	WEB SNS 調べた	立寄 休憩 した	食事 をした	土産 を買 った	備考
	1.徳島市(飲食店・コンビニ・スーパー)					
	2.道の駅 公方の郷なかかわ					
	3.阿南市(飲食店・コンビニ・スーパー)					
	4.美波町(飲食店・コンビニ・スーパー)					
	5.道の駅 美波町日和佐					
	6.牟岐町(飲食店・コンビニ・スーパー)					
	7.道の駅 穴喰温泉					
	8.海陽町(飲食店・コンビニ・スーパー)					
	9.海の駅 東洋町白浜海岸					
	10.東洋町生見海岸周辺飲食店					
	11.その他()					
12.その他()						

(2) 東洋町の観光について、該当する番号に○をご記入ください。

1. 海の駅・白浜海水浴場・キャンプ場	1.今回訪れた(予定含) 2.行ってみたい 3.行かない 4.知らなかった
2. 野根川周辺	1.今回訪れた(予定含) 2.行ってみたい 3.行かない 4.知らなかった
3. サーフィンスクール	1.今回訪れた(予定含) 2.行ってみたい 3.行かない 4.知らなかった
4. SUP (スタンドアップパドルボード) 体験	1.今回訪れた(予定含) 2.行ってみたい 3.行かない 4.知らなかった
5. カツオたたきづくり体験	1.今回訪れた(予定含) 2.行ってみたい 3.行かない 4.知らなかった
6. 漁業体験 (釣り・定置網漁体験)	1.今回訪れた(予定含) 2.行ってみたい 3.行かない 4.知らなかった
7. 農業体験 (米作り・ユズ、ボンカン狩り)	1.今回訪れた(予定含) 2.行ってみたい 3.行かない 4.知らなかった
8. その他(具体名:)	1.今回訪れた(予定含) 2.行ってみたい 3.行かない 4.知らなかった

Q5 今回のご旅行での出来事をTwitter、FacebookなどSNSやチャットに投稿しますか。

- 1.生見滞在中に投稿 2.帰宅して投稿する予定 3.投稿する予定はない

投稿する内容を具体的にご記入ください。

()

Q6 土産・特産物について、買ったことがある又は買ってみたいものに○印をご記入ください。(複数可)

○水産物系

1. 川エビ	2. イセエビ	3. アワビ	4. チャンバラ貝
5. ハマグリ	6. ブリ	7. エイ	8. ウナギ
9. タビエビ	10. 岩ガキ	11. ワラビ	12. ナガレコ
13. アサリ	14. マンボウ	15. 干物	16. 刺身
17. ブリの干物	18. ブリの内臓	19. サワラの卵	20. シイラの卵
21. パイ	22. アンロク		

○農産物系

1. ポンカン	2. なす	3. デコポン	4. きゅうり
5. ゼンマイ	6. トマト		

○加工食品

1. こけら寿司	2. ポンカンジュース	3. 野根まんじゅう	4. 備長炭加工品
5. サーフステッカー			

Q7 今回のご旅行期間中の経費について、()内にご記入ください。

1. 移動・宿泊	()円 程度
2. 食事	()円 程度
3. 土産	()円 程度
4. その他	()円 程度

Q8 生見海岸の滞在や現地までの移動を含め、全体をとおして生見地方にご来場されて満足されましたか。

大変満足	満足	不満	大変不満
4	3	2	1

Q9 東洋町への移住について、以下の回答をご記入ください

1. 移住を考えたい	2. 条件が整えば移住も考えたい	3. 移住は考えていない
移住について具体的に求める情報、条件等 ()		

Q10 生見サーフィンビーチに対するご要望がありましたらご自由にご記入ください。

(例)シャワーを整備して欲しい、海の家を出してほしい等

ご協力ありがとうございました。